



ISSN 0125-8516
http://e-journal.dip.go.th

อุตสาหกรรมสาร

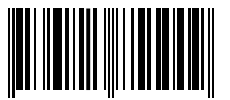
วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ 59 ฉบับเดือนพฤษภาคม - มิถุนายน 2560

ธุรกิจผู้สูงอายุ โอกาสของอนาคต



- จับตามองเทรนด์ฟ้าอ้อมผู้สูงอายุ
- ธุรกิจอาหารผู้สูงวัยติดโพดาวรุ่ง
- แฟชั่นผู้สูงอายุตอบโจทย์กำไรงาม
- ที่พักผู้สูงอายุโดยรายได้เข้าประเทศ
- หุ่นยนต์สัญชาติไทย ยืมได้ พุดแก้ว เอาใจคนแก่

ISSN 0125851-6





หน้าแรก

เกี่ยวกับ กสอ.

งานบริการ

ข้อมูลน่ารู้

ข่าว กสอ

รับเรื่องร้องเรียน

ถามตอบ

ผังเว็บไซต์

http://www.dip.go.th

แหล่งรวบรวมข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และงานบริการต่างๆ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม รวมถึงฐานข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น บรรณานุกรมเครื่องจักร, ฐานข้อมูล วัตถุประสงค์, ฐานข้อมูลเทคโนโลยีการผลิต, ฐานข้อมูลการออกแบบ, ฐานข้อมูลผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น เพื่อให้บริการ สำหรับ SMEs และผู้สนใจทั่วไป

<http://elearning.dip.go.th> ระบบฝึกอบรมผ่านอินเทอร์เน็ต

แหล่งรวบรวมความรู้ที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม รวมทั้ง ผู้สนใจทั่วไป สามารถเข้าไป เรียนรู้เพื่อความเข้าใจในสาขาวิชาต่างๆ ที่จำเป็นต่อการประกอบธุรกิจ เช่น เทคนิคการผลิต การตลาด การบริหารจัดการ บัญชี และการเงิน ตลอดจนเทปบันทึกการขาย การคลีนอุตสาหกรรม ที่ผู้สนใจสามารถลงทะเบียนเรียนได้ตลอดเวลา โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย



<http://bsc.dip.go.th> ศูนย์บริการธุรกิจอุตสาหกรรม

- Business Start Up เริ่มต้นธุรกิจ
- Business Information ข้อมูลทางธุรกิจ
- Business Advisory ให้คำปรึกษาทางธุรกิจ
- Business Opportunity โอกาสใหม่ทางธุรกิจ
- Business Improvement พัฒนาศักยภาพของธุรกิจ
- Japan Desk การทำธุรกิจกับญี่ปุ่น

<http://strategy.dip.go.th> ยุทธศาสตร์และแผนงาน

- ข้อมูลอุตสาหกรรม
- ข้อมูลเศรษฐกิจมหภาค
- ข้อมูลระหว่างประเทศ
- โครงการ AEC

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 (เยื้องโรงพยาบาลรามธิบดี) เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

Call Center 1358

Contents

วารสารอุตสาหกรรมสาร
ฉบับเดือนพฤษภาคม - มิถุนายน 2560



05

Information

สังคมผู้สูงอายุและโอกาสทางธุรกิจในประเทศไทย



09

SMEs Focus

Long Stay บริการที่พักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ
โกยรายได้เข้าประเทศ

28 Opportunity

ทิศทางการลงทุนธุรกิจผ้าอ้อมสำเร็จรูปสำหรับผู้สูงอายุ



20

Showcase

ดินสอโรบอท หุ่นยนต์สัญชาติไทย
ยิ้มได้ พุดเก่ง เอาไว้บริการคนแก่



24

AEC Hub

InterCare Asia งานแสดงนวัตกรรมผู้สูงอายุ
รับสังคมสูงอายุขยายตัว บักรงประเทศไทยเป็นฮับ

12 Biz Focus

แสนสุข สมาร์ท ชิตตี้ ใช้นวัตกรรมนำร่อง สร้างสุขผู้สูงวัย

15 Special Report

ธุรกิจอาหารผู้สูงวัย ดิดิโดดาวรุ่งรับสังคมอนาคต

32 Market & Trend

แพชั่นผู้สูงอายุ ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ ได้กำไรงาม

35 Biz Project

เจาะตลาดธุรกิจนำเที่ยวผู้สูงวัย Slow Tourism

38 News

กระทรวงอุตสาหกรรม ผุดแปลนบ้านผู้สูงอายุ
และคนพิการพร้อมบริการให้คำปรึกษา

39 Good Governance

จงเปลี่ยนศัตรูให้เป็นมิตรแล้วจะพบชัยชนะที่ยั่งยืน

41 Book Corner

โอกาสของสังคมผู้สูงอายุ

โลกกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ประเทศในกลุ่มอาเซียนมีประชากรที่อายุมากกว่า 65 ปีขึ้นไป มีถึง 36.9 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.89 ของประชากรทั้งหมดในอาเซียน สำหรับประเทศไทยมีประชากรกว่า 66 ล้านคน มีจำนวนผู้สูงอายุที่อายุมากกว่า 65 ปี ประมาณ 6.5 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 9.9 ของประชากรทั้งหมดของประเทศ ซึ่งถือเป็นประเทศที่มีสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุมากเป็นอันดับสองของอาเซียนรองจากสิงคโปร์ ถือได้ว่าประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัย (Aging Society) แล้ว และในปี พ.ศ. 2563 คาดว่าประเทศไทยจะมีผู้สูงอายุเพิ่มเป็นร้อยละ 14.4 ซึ่งจะก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยโดยสมบูรณ์

ผู้บริหารกลุ่มผู้สูงอายุนี้ ถือได้ว่าเป็นกลุ่มประชากรที่มีอำนาจต่อรองในการซื้อ และมีกำลังซื้อสูง เนื่องจากมีเงินเก็บจากการทำงานหนักมาทั้งชีวิต จึงมีศักยภาพสูงในการบริโภค สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการ ได้แก่ ธุรกิจบริการด้านสุขภาพ, ธุรกิจอาหาร/แปรรูปอาหารที่เน้นไขมันต่ำ ไม่มีคอเลสเตอรอล น้ำตาลน้อยหรือไม่มีน้ำตาลเลย ฯลฯ, ธุรกิจผลิตเครื่องสำอาง ประเภทออร์แกนิกผลิตจากธรรมชาติหรือสมุนไพร กำลังได้รับความสนใจจากผู้สูงอายุ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีสรรพคุณต่อต้านริ้วรอย (Anti-Ageing) ยกกระชับลดรอยกระจุดต่างด่าง, ธุรกิจท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ, เฟอร์นิเจอร์สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุซึ่งมีข้อจำกัดในการดำเนินชีวิตเนื่องจากสภาพร่างกายเริ่มเสื่อมถอย และสถานพักฟื้นหรือสถานดูแลผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นธุรกิจอันดับต้นๆ ที่ได้รับประโยชน์จากการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยคาดว่าจะในระยะแรกจะเป็นโอกาสของธุรกิจที่ให้บริการดูแลผู้สูงอายุเป็นระยะสั้นๆ และขยายเป็นการพักฟื้นระยะยาว (Longstay) เป็นต้น

วารสารอุตสาหกรรมสาร ได้นำเรื่องราวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุซึ่งเป็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมให้สอดคล้องกับสภาพสังคมที่กำลังเปลี่ยนไป นำมาตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารฉบับนี้

บรรณาธิการบริหาร

“บทความ บทสัมภาษณ์ หรืองานเขียนที่ตีพิมพ์ในวารสารเล่มนี้เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนแต่ละท่าน ทางวารสารไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป หากประสงค์จะนำบทความใดๆ ในวารสารไปตีพิมพ์เผยแพร่ ควรแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรต่อบรรณาธิการ”

เจ้าของ
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0 2202 4511

ที่ปรึกษา

นายพสุ โลหารชุน

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายพรเทพ การศัพท์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายภานุวัฒน์ ตรียางกูรศรี

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นางเน่งน้อย เวทย์พงษ์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายเจตนิพิฐ รอดภัย

ผู้อำนวยการสำนักบริหารกลาง

นายวิระพล ผ่องสุภา

ผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์

บรรณาธิการบริหาร

นางสาวปานทิพย์ เปลี้นโมฬี

กองบรรณาธิการ

นางสมจิตต์ เตียวสุนทรวงศ์, นางวิภาณี อวยพรรุ่งรัตน์,
นายชเนศ ศรีพิทักษ์, นางสาวณัฐมล ผึ้งเนียม,
นายไพฑูรย์ มะเม็ยเมือง, นางเกสรภา ภูแดง,
นายธนาธิภรณ์ กล้าพัก, นางสาวศรศักดิ์ งามวงศ์,
นายสุรินทร์ ม่วงน้อย, นางสาวกัญญา ชุมศรี,
นางสาวกนกกริช นฤมลโรจน์, นางสาวศิริธร ชัยรัตน์,
นายธวัชชัย มะกล้าทอง

จัดพิมพ์

บริษัท ซี แอด โปรมิชั่น (1997) จำกัด
77/14 หมู่บ้านชลลดา ซอย 2 ถนนสายไหม
แขวงสายไหม เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220
โทรศัพท์ 0 2991 3031-3 โทรสาร 0 2991 3066

สมัครสมาชิกวารสาร

กรอกใบสมัครซึ่งอยู่หน้าสุดท้ายของเล่ม
จากนั้นส่งใบสมัครได้ 3 ทาง ได้แก่

1. สมัครทางไปรษณีย์ จ่าหน้าซองถึง

บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร
กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

2. สมัครทางเครื่องโทรสาร หมายเลข 0 2354 3299

3. สมัครทางอีเมล : e-journal@hotmail.com

สังคคผู้สูงอายุ

แลลโอกาสทางธุรกิจในประเทศไทย



ประเทศไทย ได้ก้าวเข้าสู่สังคคผู้สูงอายุดั้งแต่ปี พ.ศ. 2547- 2548 โดยจำนวนประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 10.2-10.4 ของประเทศไทยทั้งประเทศและคาดว่าจะเข้าสู่สังคคผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ ประมาณปี พ.ศ. 2567-2569 ดังนั้นเพื่อประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ประกอบการทั้งรายเก่าและใหม่ ควรเข้าถึงข้อมูลข่าวสารเพื่อนำไปวิเคราะห์และวางแผนพัฒนาทั้งด้านผลิตภัณฑ์และบริการ รวมถึงการตลาดเพื่อรองรับสังคคผู้สูงอายุที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีบนปัจจัยพื้นฐานที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิต ซึ่งก่อนการวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ การมองโอกาสสร้างธุรกิจผู้ประกอบการจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเข้าใจคนสูงอายุอย่างถ่องแท้ก่อน

นิยามผู้สูงวัย

ผู้สูงวัยหรือบางครั้งเรียก ผู้สูงอายุ เป็นวัยซึ่งมีความแตกต่างจากวัยอื่น เป็นวัยบั้นปลายของชีวิต ดังนั้นปัญหาของผู้สูงอายุในทุกด้านโดยเฉพาะด้านสังคคและสาธารณสุข จึงแตกต่างจากคนในวัยอื่น ปัจจุบันจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศไทยและทั่วโลกซึ่งรัฐบาลไทยและทั่วโลกได้ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่องนี้จึงมีความพยายามให้ข้อมูลเพื่อการรณรงค์อย่างต่อเนื่องให้ทุกคนเข้าใจ และพร้อมดูแลผู้สูงอายุให้ทัดเทียมเช่นเดียวกับการดูแลประชากรในกลุ่มวัยอายุต่างๆ

ผู้สูงอายุ หรือบางคนเรียกว่า ผู้สูงวัย โดยพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ให้ความหมายของคำว่า คนแก่ คือ มีอายุมาก หรืออยู่ในวัยชรา และให้ความหมายของคำว่า ชรา คือ แก่ด้วยอายุ ชำรุดทรุดโทรม นอกจากนี้ยังมีการเรียกผู้สูงอายุว่า ราษฎรอาวุโส (Senior Citizen) ส่วนองค์การอนามัยโลก (World Health Organization, WHO) และองค์การสหประชาชาติ (United Nations, UN) ใช้คำในภาษาอังกฤษของผู้สูงอายุ ว่า Older Person or Elderly Person ซึ่งส่วนใหญ่ มักใช้คำว่า Older Person มากกว่า Elderly Person องค์การสหประชาชาติ ได้ให้นิยามว่า “ผู้สูงอายุ” คือ ประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งมีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป (60+) โดยเป็นการนิยามนับตั้งแต่อายุเกิด ส่วนองค์การอนามัยโลกยังไม่มีการให้นิยามผู้สูงอายุ โดยมีเหตุผลว่าประเทศต่างๆ ทั่วโลกมีการนิยามผู้สูงอายุต่างกัน ทั้งนิยามตามอายุเกิด ตามสังคม (Social) วัฒนธรรม (Culture) และสภาพร่างกาย (Functional Markers) เช่น ในประเทศที่เจริญแล้ว มักจัดผู้สูงอายุ นับจากอายุ 65 ปีขึ้นไป หรือบางประเทศอาจนิยามผู้สูงอายุ ตามอายุกำหนดให้เกษียณงาน (อายุ 50 หรือ 60 หรือ 65 ปี) หรือนิยามตามสภาพของร่างกาย โดยผู้หญิงสูงอายุอยู่ในช่วง 45-55 ปี ส่วนชายสูงอายุ อยู่ในช่วง 55-75 ปี สำหรับประเทศไทย “ผู้สูงอายุ” ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ.2546 หมายถึง “บุคคล” ซึ่งมีอายุเกินกว่าหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทย

ส่วนคำว่า “สังคมผู้สูงอายุ” องค์การสหประชาชาติ แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ระดับการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Ageing Society หรือ Aging Society) ระดับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) และระดับสังคม

ผู้สูงอายุอย่างเต็มที่ (Super-Aged Society) โดยให้นิยามของระดับต่างๆ ซึ่งทั้งประเทศไทย รวมทั้งประเทศต่างๆ ทั่วโลก ให้ความหมายเดียวกันในนิยามของทุกระดับของสังคมผู้สูงอายุ ดังนี้

การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ คือ การมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปรวมทั้งเพศชายและเพศหญิงมากกว่า 10% ของประชากรทั้งประเทศ หรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปีเกิน 7% ของประชากรทั้งประเทศ

สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ คือ เมื่อประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป เพิ่มขึ้นเป็น 20% หรือ ประชากรอายุ 65 ปี เพิ่มขึ้นเป็น 14% ของประชากรโดยรวมทั้งหมดของทั้งประเทศ Super-Aged Society คือ สังคมที่มีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่า 20% ของประชากรทั้งประเทศ อย่างไรก็ตามทุกประเทศทั่วโลกมีการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในช่วงเวลาแตกต่างกันตามความเจริญมั่งคั่ง ซึ่งมีผลต่อสุขภาพและการมีอายุยืนของประชาชน

สิทธิการคุ้มครองและสวัสดิการผู้สูงวัย

รัฐออกกฎหมายพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 120 ตอนที่ 130 วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2546 และมีผลบังคับใช้เมื่อ 1 มกราคม 2547 พระราชบัญญัตินี้มีทั้งหมด 24 มาตรา โดยสรุป คือ คุ้มครองส่งเสริม และสนับสนุน ผู้มีอายุ 60 ปีขึ้นไปและมีสัญชาติไทย ในด้านต่างๆ ที่สำคัญคือ การแพทย์และการสาธารณสุข การศาสนา ข้อมูลข่าวสาร การประกอบอาชีพ การพัฒนาตนเอง



www.scbeic.com



www.openmindthailand.com



www.reformvoice.com

การศึกษา การอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย การช่วยเหลือ การยกเว้น การลดหย่อนค่าธรรมเนียมและภาษีอากร เบี้ยเลี้ยงชีพที่อยู่อาศัย การสงเคราะห์การจัดงานศพตามประเพณี และอื่นๆ ตามประกาศของคณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ (กผส.) ซึ่งมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน และมีผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมและพิทักษ์เด็ก เยาวชน ผู้ด้อยโอกาส คนพิการ และผู้สูงอายุกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ เป็นกรรมการและเลขาธิการ

ต่อมาได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2553 ในวันที่ 7 กันยายน พ.ศ. 2553 และประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อ 15 กันยายน พ.ศ. 2553 โดยสรุปที่เพิ่มเติม คือ ให้มีการจ่ายเงินเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุที่ไม่มีรายได้เพียงพอแก่การยังชีพ ให้มีสิทธิได้รับเบี้ยยังชีพเป็นรายเดือนอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม และให้มีสิทธิได้รับสวัสดิการสิ่งอำนวยความสะดวกอันเป็นสาธารณะอย่างสมศักดิ์ศรี และความช่วยเหลือที่เหมาะสมจากรัฐ

ปัจจุบันแบ่งผู้สูงอายุออกเป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้สูงอายุตอนต้น ได้แก่ ผู้สูงอายุที่มีอายุอยู่ในช่วง 60 - 69 ปี และผู้สูงอายุตอนปลาย ได้แก่ ผู้มีอายุในช่วงตั้งแต่ 70 ปีขึ้นไป ซึ่งปัญหาทางสังคมจะพบได้สูงมากขึ้นในผู้สูงอายุตอนปลาย

ประชากรโลกรวมทั้งในประเทศไทย มีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นตามลำดับ ซึ่งน่าจะมาจาก 3 สาเหตุสำคัญ ได้แก่ อัตราเจริญพันธุ์หรืออัตรารเกิด อัตราเสียชีวิตหรืออัตรารตาย และอายุขัยของประชากร

สาเหตุจากอัตรารเกิดของประชากรลดลงหรือคงที่ โดยอัตรารเกิด หรือ อัตรารเจริญพันธุ์รวม (Total Fertility Rate หมายถึง เฉลี่ยแล้วหนึ่งครอบครัวโดยรวมมีลูกกี่คน) ของประชากรโลก ลดจาก 4.7 คน ในช่วงปี พ.ศ. 2513 - 2518 เป็น 2.6 คนในช่วง 2548 - 2553 ส่วนของประเทศไทย ลดจาก 6.3 คนในช่วงปี 2507 - 2508 เป็น 1.53 คน ในช่วงปี 2553 - 2558

ทำไมต้องเฉพาะผู้สูงอายุ ?

ผู้สูงอายุเป็นประชากรซึ่งมีลักษณะพิเศษเฉพาะตัว ด้วยประสบการณ์ชีวิตในช่วงวัยที่ผ่านมาจึงกลายเป็นศูนย์รวมแห่งความรู้ ความชำนาญที่มีคุณค่า เป็นผู้ทรงไว้ซึ่งประเพณี วัฒนธรรม และเป็นสายใยแห่งครอบครัว เชื่อมต่อระหว่างบุคคลในช่วงวัยต่างๆ แต่ขณะเดียวกัน มีปัญหาในด้านสุขภาพสุขภาพเสื่อมลงเนื่องจากวัยชรา เซลล์ เนื้อเยื่อ อวัยวะต่างๆ เสื่อมลงตามธรรมชาติ ทำให้เกิดโรคการเสื่อมของอวัยวะต่างๆ เกิดภาวะสมรรถภาพถดถอย ไร้แรงงาน หรือไร้สมรรถภาพ (Disability) เช่น โรคกระดูกเสื่อม โรคข้อเสื่อม หรือความจำสติปัญญาเสื่อมถอย สับสนง่าย เกิดการทรงตัวไม่ดี เชื่องช้า ล้มได้ง่าย กระดูกหักง่าย เกิดโรคขาดอาหารได้ง่ายจากการเสื่อมสภาพของเหงือกและฟัน รวมทั้งภูมิคุ้มกันต่ำ ทานค้ำกันโรคลดลง มีการติดเชื้อได้ง่าย และมักเป็นการติดเชื้อรุนแรง มีโอกาสเกิดโรคมะเร็งสูงกว่าวัยอื่น ต้องได้รับการดูแลช่วยเหลือจากบุคคลอื่น รวมทั้งในด้านการรักษาพยาบาล มีภาระด้านค่ารักษาพยาบาลสูงกว่าในวัยอื่น เป็นปัญหาสาธารณสุขในระดับชาติ รวมถึงปัญหาด้านสังคม และด้านเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้นกว่าวัยอื่นๆ



เทรนด์ธุรกิจผู้สูงอายุ สำหรับสังคมผู้สูงอายุ

โอกาสธุรกิจที่ผู้ประกอบการจับจ้องพื้นที่นั่งในใจผู้สูงอายุ ได้ก่อน ย่อมได้เปรียบ จากอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุจึงเป็นแรงจูงใจให้มีผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยพยายามเข้ามาจับกลุ่มตลาดผู้สูงอายุและดำเนินธุรกิจเกี่ยวเนื่อง ทั้งนี้สามารถจัดแบ่งประเภทธุรกิจตามพฤติกรรมผู้สูงอายุโดยศึกษาจากฐานการขยายตัวที่เพิ่มขึ้น กอปรกับสมมุติฐานจากพฤติกรรมการดำเนินชีวิตไลฟ์สไตล์ ครอบครัว สุขภาพ เพื่อตั้งธงและสร้างสรรคผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบโจทย์ลูกค้าผู้สูงอายุ ซึ่งแบ่งกรอบใหญ่เป็น 2 ประเภทดังนี้

- ประเภทธุรกิจ “ป้องกัน” เพื่อลดความเสี่ยงในการใช้ชีวิต เสริมสุขภาพให้ผู้สูงอายุชีวิตยืนยาวมีคุณภาพชีวิตที่ดี
- ประเภทธุรกิจ “รักษา” เพื่อซ่อมแซม ส่งเสริมสุขภาพให้ผู้สูงอายุมีชีวิตยืนยาวมากขึ้น

จากการแยกประเภทธุรกิจที่ “ป้องกัน” และ “รักษา” ทำให้เกิดศาสตร์ชะลอวัยและธุรกิจต้นน้ำเพื่อสร้างสมดุลชีวิต อาทิ ธุรกิจสุขภาพ Wellness, ธุรกิจ Holistic Care เป็นต้น

วันนี้ชัดเจนว่าผู้สูงอายุเป็นตลาดที่จะขยายตัวมากขึ้นในอนาคต การบ้านสำหรับผู้ประกอบการและนักธุรกิจคงเป็นเรื่องของการทำความเข้าใจความต้องการที่แท้จริงของผู้สูงอายุ ซึ่งปัจจุบันฐานกลุ่มผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นมีทั้งคนไทยและต่างชาติที่มาท่องเที่ยวหรืออยู่ในประเทศไทยแบบระยะยาว (Long Stay) ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรตีโจทย์ให้แตกเพื่อที่จะไม่พลาดโอกาสทางธุรกิจสำคัญในอนาคต ปิดท้ายด้วยเทรนด์ธุรกิจผู้สูงอายุที่กำลังมาแรงคือ

1. ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ
2. ธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมความงามชะลอวัย มีธุรกิจหลายรายได้นำเอาสมุนไพรท้องถิ่นมาผสานกับเทคโนโลยีทางการแพทย์และสุขภาพก่อให้เกิดสินค้าหรือนวัตกรรมสุขภาพใหม่ๆ เช่น เครื่องสำอางสมุนไพร ในการดูแลผิว และชะลอวัย เป็นต้น
3. ธุรกิจอุปกรณ์ทางการแพทย์ ช่วยในการเคลื่อนไหว เช่น ไม้เท้าสำหรับผู้สูงอายุ รถเข็นสำหรับผู้สูงอายุที่มีปัญหาในการเคลื่อนไหวหรือมีปัญหาการเดินทาง เป็นต้น

4. ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งบ้าน ซึ่งมุ่งพัฒนาการออกแบบโดยนักออกแบบสร้างชิ้นงานที่ตอบสนองความต้องการและไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตของผู้สูงอายุ

ที่กล่าวมา 4 เทรนด์นี้เป็นเพียงธุรกิจที่เริ่มต้นการก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ เชื่อว่าในอีกไม่ช้าจะมีธุรกิจเอสเอ็มอีทั้งภาคผลิตและบริการ ที่กำลังเตรียมตัวเข้ามาทำตลาดเพื่อเจาะกลุ่มผู้สูงอายุมากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันผู้สูงอายุมีเงินออมมีกำลังซื้อและไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตที่ทันสมัยมากขึ้น ธุรกิจใดที่เห็นช่องว่างทางการตลาด หากเข้ามาจับจ้องพื้นที่ในใจของผู้สูงอายุได้ก่อน ย่อมมีความได้เปรียบในการทำธุรกิจและมีโอกาสเติบโตอย่างต่อเนื่องไปพร้อมกับสังคมผู้สูงอายุที่ไม่ได้จำกัดเพียงแค่นักคนไทยในประเทศไทยแต่ยังรวมถึงนักท่องเที่ยวที่มาประเทศไทยและมีโอกาสขยายไปถึงประชากรโลกและสังคมโลกด้วยเช่นกัน.



ขอขอบคุณข้อมูลจาก

- กุศล สุนทรธาดา สิทธิผู้สูงอายุตามกฎหมาย สถาบันประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล
- EIC Insight (เมษายน 2010) “โครงสร้างประชากรเปลี่ยนแปลงทำให้การบริโภคของไทยเปลี่ยนอย่างไร” “ธุรกิจบริการผู้สูงอายุ...กับโอกาสของผู้ประกอบการไทย”



เมื่อสังคมกำลังก้าวเข้าสู่ยุคของผู้สูงอายุ อัตราการเกิดต่ำ วัยแรงงานลดลงและผู้คนมีอายุยืนยาวมากขึ้น จึงเป็นเหตุให้หลายประเทศในโลกกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ที่มีรูปแบบหลากหลายและแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อม ซึ่งประเทศไทยก็เป็นหนึ่งในประเทศเหล่านั้นเช่นกัน โดยคาดว่าในปี 2573 จะมีจำนวนผู้สูงอายุ 17.6 ล้านคน และปี 2583 จะมีจำนวนถึง 20.5 ล้านคน ช่วงเวลาระหว่างการเดินเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุนี้ จึงก่อให้เกิดธุรกิจใหม่เข้ามารองรับและตอบสนององความเปลี่ยนแปลงนี้ คือธุรกิจ ‘Long Stay’ หรือการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว

Long Stay

บริการที่พักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุ
ไทยรายได้เข้าประเทศ

แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจ Long Stay

การท่องเที่ยวแบบ Long Stay เกิดขึ้นจากประชากรในประเทศตะวันตกและประชากรในประเทศที่เรียกตัวเองว่าประเทศพัฒนาแล้ว ประชากรผู้มีรายได้ดีเหล่านี้จะแสวงหาความสุขให้ตัวเองด้วยการไปท่องเที่ยวต่างถิ่น ทั้งในประเทศตนเองและต่างประเทศ โดยใช้ระยะเวลายาวนานและนิยมไปกันเป็นกลุ่ม โดยจัดรูปแบบเป็นชมรมขึ้น แต่ในระยะหลังนี้ความหมายของ Long Stay ได้มีการพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบที่เป็นการพักอาศัยยาวนานวันแต่ก็ยังคงยึดแนวคิดหลักอันเดิม คือ การมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน โดยสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ดังนี้





1. กลุ่มที่ต้องการเข้ามาใช้บ้านปลายชีวิตในการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้เกษียณอายุการทำงาน ผู้สูงอายุที่ขาดผู้ดูแล
2. กลุ่มที่เข้ามาเพื่อรักษาสุขภาพ ได้แก่ ผู้ที่เข้ามารักษาพยาบาลและพักผ่อน ผู้ที่ต้องการหลบสภาพอากาศที่รุนแรงในประเทศของตนบางช่วง
3. กลุ่มที่เข้ามาเพื่อการศึกษา ได้แก่ ผู้ที่เข้ามาศึกษาในระดับต่างๆ นักเรียนแลกเปลี่ยน
4. กลุ่มที่เข้ามาเพื่อฝึกซ้อมกีฬา ได้แก่ นักกีฬาที่เข้าเก็บตัวฝึกซ้อมก่อนการแข่งขัน กลุ่มเยาวชนที่เข้ามาเรียนและฝึกหัดกีฬาบางประเภท

จนกระแสได้ข้ามผ่านมาถึงประเทศไทยในปี พ.ศ. 2544 รัฐบาลได้มีมติจัดตั้งโครงการส่งเสริมและการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวภายใต้การดูแลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาพำนักในประเทศไทยเกิน 30 วันขึ้นไป โดยระยะแรกของการดำเนินการมุ่งเป้าหมายกลุ่มที่มีอายุ 55 ปีขึ้นไป และคัดเลือกจังหวัดนำร่อง 5 จังหวัดที่มีศักยภาพและความพร้อมในด้านที่พัก มีสภาพแวดล้อมที่ดี มีความปลอดภัย และมีกิจกรรมรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เชียงใหม่ สุโขทัย ประจวบคีรีขันธ์ กาญจนบุรี และหนองคาย โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยวางหมากสำคัญของการกระตุ้นเศรษฐกิจนี้ไว้ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มเกษียณอายุการทำงานแล้ว เพราะจากสถิตินักท่องเที่ยวสูงอายุที่เดินทางมาประเทศไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา พบว่ามีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยเฉลี่ยร้อยละ 6 ต่อปี ในส่วนของผู้ที่เกษียณอายุการทำงานที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นพบว่ามีอัตราการขยายตัวที่ดีเช่นเดียวกัน โดยเฉลี่ยร้อยละ 5.33 ต่อปี ทั้งนี้การเที่ยวของผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนวันละประมาณ 44 เหรียญสหรัฐ ซึ่งแม้จะเป็นอัตราที่ต่ำกว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป แต่การพักที่นานวันกว่าก็สามารถนำรายได้เข้ามาเป็นจำนวนมาก



นิยามของ Long Stay โดยคณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนากิจการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวแห่งชาติ
 นักท่องเที่ยวที่มีวันพักตั้งแต่ 1 เดือนขึ้นไป โดยในระยะแรกจะเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุการทำงานแล้วที่ต้องการเดินทางมาใช้ชีวิตเป็นแหล่งท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเสริม



ผลักดันโครงการอย่างต่อเนื่องให้เชียงใหม่เป็น ‘นครแห่งล่องสเตย์’ รองรับผู้สูงอายุนานาชาติ วิทยาลัยนทุกประเทศที่ให้ความสนใจเข้ามาพำนักระยะยาว พร้อมเสนอนำเร่งรัดนำแผนแม่บทพัฒนาธุรกิจ Long Stay 5 ปีกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ (กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ครอบคลุมเชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง และแม่ฮ่องสอน) พ.ศ. 2560-2564 มาใช้ โดยตั้งเป้าต้องการให้เกิดการกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวของรายได้จากภาคอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในจังหวัดในอนาคต รวมถึงผู้ประกอบการภาคธุรกิจเองก็จะได้ลงทุน คิดสร้างสรรค์ พัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาว ทั้งกลุ่มเป้าหมายเดิมและกลุ่มเป้าหมายใหม่ และจะได้แสดงความพร้อมและความมั่นใจว่าเชียงใหม่มีจุดเด่นและความเหมาะสมแบบพำนักระยะยาว

ด้านนายมาร์ค เฮนรี ดูมัวร์ เจ้าของกิจการ ‘วีโว่ เบเนอริลเจจ’ ล่องสเตย์เพื่อผู้สูงอายุครบวงจร ที่ใหญ่ที่สุดในเชียงใหม่ ซึ่งดำเนินกิจการมาตั้งแต่ปี 2557 มองว่า ธุรกิจล่องสเตย์สำหรับผู้สูงอายุคือธุรกิจแห่งอนาคต เนื่องจากโลกของเรากำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในไม่ช้า อีกทั้งโลเคชั่นของจังหวัดเชียงใหม่ นั้นเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวมาเยือนตลอดปี สภาพอากาศก็ดีเหมาะแก่การดูแลสุขภาพ บรรยากาศก็สงบ ความทันสมัยก็ครบครัน จึงเป็นเมืองที่เหมาะสมกับการพักผ่อนระยะยาว โดยกลุ่มลูกค้าจะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่แข็งแรง ต้องการมาพักผ่อนและใช้ชีวิตอย่างสงบและเรียบง่าย อีกส่วนจะเป็นผู้สูงอายุที่มีปัญหาสุขภาพ เช่น อัลไซเมอร์ ก็จะมีผู้เชี่ยวชาญและพยาบาลวิชาชีพคอยดูแลอย่างใกล้ชิด เน้นให้เขาได้ทำทุกอย่างด้วยตนเอง จะได้เกิดความภูมิใจและดูแลตัวเองได้ โดยที่นี้จะแตกต่างกับบ้านพักคนชราเพราะที่นี่ไม่มีข้อจำกัดทางอายุ พวกเขาจะรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน ไม่ได้มารักษาตัวแต่มาพักร้อน อีกทั้งธุรกิจล่องสเตย์จะมาคู่กับนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่ทำลายธรรมชาติ ที่สำคัญคือเป็นกลุ่มที่มีกำลังเงิน ใช้เงินจับจ่ายสูง เป็นช่องทางที่จะนำเม็ดเงินเข้าสู่ไทยได้มากทั้งปัจจุบันและในอนาคต.

เชียงใหม่ ‘นครแห่งล่องสเตย์’

จากข้อมูลในกิจกรรมสัมมนา ‘เจาะประเด็นข้อกำหนดหรือเงื่อนไขเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อพำนักระยะยาว (Long Stay)’ โดยท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าเชียงใหม่ถือเป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเพื่อปักหลักพำนักอาศัยในระยะยาวมากที่สุดในประเทศไทย โดยล่าสุดเชียงใหม่ได้รับรางวัลถึง 2 รางวัล คือ ได้รับการโหวตให้เป็นเมืองอันดับ 1 Top City in Asia จากนิตยสาร Travel and Leisure เป็นปีที่สองต่อเนื่อง โดยภาคเอกชนพร้อม



ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

- longstayatthailand.com
- tatic.tourismthailand.org
- tatnewsthai.org
- www.suansawanresort.com
- www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1467025308
- www.chiangmainews.co.th/page/archives/500543

Biz Focus

• เรื่อง : นวัตกรรม อริณมาโบ



แสนสุข สมาร์ท ซิตี้

ใช้นวัตกรรมนำร่อง สร้างสุขผู้สูงอายุ

ปฏิเสธไม่ได้เลยกับความสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่ปัจจุบันมีส่วนช่วยในการพัฒนาชีวิตให้สะดวกสบายยิ่งขึ้น หากกล่าวถึงเทคโนโลยีที่ถูกนำมาพัฒนาการบริหารจัดการเมือง หรือที่เรียกกันว่า ‘สมาร์ต ซิตี้’ (Smart City) โดยเมืองอัจฉริยะนี้ไม่ใช่แค่เพียงตอบโจทย์ให้กับคนหนุ่มสาว หรือคนในวัยทำงานเพียงเท่านั้น แต่หากยังกล่าวไปถึงเรื่องของการดูแลผู้สูงอายุอีกด้วย



ปูทางสู่การเป็นเมืองอัจฉริยะ

สมาร์ต ซิตี้ (Smart City) เป็นรูปแบบการประยุกต์เทคโนโลยีดิจิทัล หรือข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสารในการเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพของบริการชุมชน เพื่อช่วยในการลดต้นทุนและลดการบริโภคของประชากร โดยยังคงเพิ่มประสิทธิภาพให้ประชาชนสามารถอยู่อาศัยได้ในคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยมีการพัฒนาในหลายภาคส่วน รวมถึงหน่วยงานราชการ การจราจรและขนส่ง พลังงาน สาธารณสุข สาธารณูปโภค โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาการจัดการเมืองและชุมชน และการตอบสนองแบบทันท่วงที ดังเช่นโครงการของเทศบาลเมืองแสนสุข จ.ชลบุรี ซึ่งถือเป็นชุมชนนำร่องการเป็นสมาร์ต ซิตี้ แห่งแรกของประเทศไทย

ย้อนกลับไปเมื่อปี 2557 โครงการแสนสุข สมาร์ท ซิตี้ เป็นโครงการนำร่องที่ใช้เวลา 3 ปี โดยเริ่มต้นจากโครงการเทคโนโลยีชีวิตแสนสุขเมื่อ 7 ปีก่อนที่ทางเทศบาลได้ร่วมมือกับคณะวิศวกรรมศาสตร์ คณะพยาบาลศาสตร์ และศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ติดตั้งเซนเซอร์เพื่อขอความช่วยเหลือไว้หน้าบ้านที่มีผู้สูงอายุอยู่บ้านคนเดียวและผู้ป่วยติดเตียง โดยมีรีโมตติดตัวสำหรับกดปุ่มส่งสัญญาณ ซึ่งประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ต่อมา นายณรงค์ชัย คุณปลื้ม นายกเทศมนตรีเมืองแสนสุข ต้องการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นระบบอัจฉริยะแก่ชุมชนด้วยการใช้แอปพลิเคชันที่มีนวัตกรรมและเชื่อถือได้จริง ก่อนนำมาใช้ในการดูแลผู้สูงอายุ ซึ่งมีอยู่ประมาณ 15% จากจำนวนประชากรในพื้นที่ 46,000 คน โดยหน่วยงานภาครัฐท้องถิ่นได้ตระหนักถึงความจำเป็นในการดูแลผู้สูงอายุให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่ผู้สูงอายุเหล่านี้มักจะอยู่บ้านคนเดียวในช่วงระหว่างวัน มีผู้ดูแลน้อยหรือมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการพยาบาลอยู่น้อย โครงการนำร่องนี้จึงเกิดขึ้นเมื่อเดือน มกราคม ปี 2559 และตั้งเป้าจะดูแลครอบคลุม 140 ครัวเรือน ภายใน 3 ปี โดยเริ่มนำร่องปีแรกเป็นครอบครัวที่มีสมาชิกผู้สูงอายุจำนวน 30 ครัวเรือน พร้อมมุ่งเน้นที่การตรวจตราดูแลคนไข้พร้อมให้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อช่วยให้รัฐบาลจัดสรรทรัพยากรในการพยาบาลและดำเนินการเรื่องการบริการดูแลสุขภาพได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นด้วยเทคโนโลยี Internet of Things (IoT) ที่ช่วยด้านการตรวจสุขภาพ ให้การแจ้งเตือนฉุกเฉิน ตรวจจับสภาพแวดล้อม สอดส่องที่פקอาศัยและติดตามดูแลเพื่อความปลอดภัย

IoT นวัตกรรมอัจฉริยะยกระดับการดูแล

ผศ. อภินันท์ อุนาภูติ ที่ปรึกษาคณะกรรมการศูนย์นวัตกรรมเมืองอัจฉริยะ กล่าวว่า “เนื่องจากประเทศไทยต้องก้าวสู่วิสัยทัศน์ในการพัฒนาสู่ความเป็นประเทศดิจิทัล สำหรับแสนสุข สมาร์ท ซิตี้ การสนับสนุนด้านเทคนิคจากเดลล์ (Dell) และ อินเทล (Intel) ช่วยให้การติดตั้งแพลตฟอร์มที่เป็นต้นแบบสำหรับสมาร์ท ซิตี้ ประสบความสำเร็จ ซึ่งจะเป็นใบเบิกทางไปสู่การนำ IoT ที่ล้ำหน้ามาใช้ได้มากขึ้น ครอบคลุมหลากหลายแง่มุมของการใช้ชีวิตสำหรับทั้งผู้พักอาศัยในชุมชนและนักท่องเที่ยว สิ่งนี้นับเป็นอย่างก้าวครั้งสำคัญต่อไปในการบรรลุเป้าหมายของ



การเปลี่ยนประเทศไทยเป็นสมาร์ท เนชั่น หรือประเทศอัจฉริยะในที่สุด”

IoT หรือ Internet of Things หมายถึงการที่สิ่งต่างๆ ถูกเชื่อมโยงเข้าสู่โลกอินเทอร์เน็ต ทำให้มนุษย์สามารถสั่งการควบคุมการใช้งานอุปกรณ์ต่างๆ ผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น การเปิด-ปิด อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า รถยนต์ โทรศัพท์มือถือ เครื่องมือสื่อสาร เครื่องมือทางการเกษตร อาคาร บ้านเรือน เครื่องใช้ในชีวิตประจำวันต่างๆ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดยเทคโนโลยี IoT มีความจำเป็นต้องทำงานร่วมกับอุปกรณ์ประเภท RFID และ Sensors ซึ่งเปรียบเสมือนการเติมสมองให้กับอุปกรณ์ต่างๆ โดยต้องเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตเพื่อให้อุปกรณ์สามารถรับส่งข้อมูลถึงกันได้ ยกตัวอย่างการประยุกต์ใช้ระบบ IoT ที่ผู้คนค่อนข้างคุ้นเคยกัน คือ Smart Home (บ้านอัจฉริยะ) เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองชีวิตความเป็นอยู่ให้ดียิ่งขึ้น โดยวางรูปแบบไว้เป็นบ้านประหยัดพลังงาน เปิดปิดไฟตามความเหมาะสมของแสง ควบคุมการทำงานของอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน เป็นต้น

ผู้สูงอายุที่ใช้บริการ
มีความพึงพอใจ

90%



Wearables (อุปกรณ์สวมใส่อัจฉริยะ) นาฬิกาเพื่อสุขภาพที่สามารถวัดอัตราการเต้นของหัวใจ วัดระดับการออกกำลังกายต่างๆ ในแต่ละวัน แล้วนำข้อมูลทั้งนั้นที่ก้าวไปประมวลผลสรุป ซึ่งระบบที่ยกตัวอย่างขึ้นมานี้ถือเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาชุมชนให้แสนสุขกลายเป็นสมาร์ท ซิตี้ อย่างสมบูรณ์

เบิกทางสร้างสุขสังคมผู้สูงอายุ

สืบเนื่องจากเทศบาลตำบลแสนสุข โดยปกติจะมีพยาบาลในเขตเทศบาลเข้าไปเยี่ยมผู้พักอาศัยที่เป็นผู้สูงอายุอยู่เป็นประจำ อย่างไรก็ตามพยาบาลยังคงไม่สามารถดำเนินการตอบสนองได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสมในระหว่างเกิดเหตุฉุกเฉิน เนื่องจากพยาบาลไม่สามารถบอกได้ว่าเกิดเหตุฉุกเฉินขึ้นเมื่อไหร่ หรือต้องดูแลทางการแพทย์ต่อด้วยวิธีใด ปัจจุบันโครงการนำร่องนี้ ช่วยให้พยาบาลสามารถดูแลสอดส่องสุขภาพของคนไข้สูงอายุได้จากระยะไกลผ่านระบบคลาวด์และระบบวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงการเชื่อมต่อบลูทูธ

ระยะแรกของโครงการนำร่องนี้ ผู้ป่วยที่เป็นผู้สูงอายุจะสวมใส่อุปกรณ์อัจฉริยะขนาดเล็กที่รับส่งสัญญาณบลูทูธได้ เช่น กำไลสวมข้อมือหรือสร้อยคอ โดยอุปกรณ์จะทำการสอดส่องจำนวนก้าว การเคลื่อนไหว ระยะทางในการเดิน และรูปแบบการนอนหลับ อีกทั้งสามารถแจ้งเตือนมายังผู้ดูแลในศูนย์ดูแลสุขภาพเมื่อระบบตรวจจับกิจกรรมที่ไม่ปกติ เช่น การล้มหกล้ม หรือมีการกดปุ่มฉุกเฉินขึ้น โดยหลังจากโครงการนำร่องเสร็จสิ้น จะสามารถนำกระบวนการดังกล่าวไปใช้กับแอปพลิเคชันสมาร์ท ซิตี้ อื่นๆ ต่อไปได้ เช่น กิจกรรม

ในการบำรุงรักษาและปรับปรุงด้านความปลอดภัยในทีสาธารณะ ทำಯที่สุดก็ทำให้เทศบาลตำบลแสนสุขกลายเป็นสถานที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นแหล่งการเรียนรู้ที่สำคัญอีกแห่ง

และเมื่อกลางปีที่ผ่านมาโครงการแสนสุข สมาร์ท ซิตี้ ก็คว้ารางวัลจาก IDC Asia Pacific ในหัวข้อ 2016 Smart City Asia Pacific Awards หรือ SCAPA ซึ่งรางวัลที่ได้รับคือรางวัลโครงการริเริ่มที่มีความโดดเด่นด้านการให้บริการเพื่อสังคม (Social Services) ถือเป็นภารกิจที่พิสูจน์ว่าเทคโนโลยีใหม่สามารถหลอมรวมเข้ากับวิถีชีวิตของผู้ที่พักอาศัยในชุมชนได้อย่างกลมกลืน ให้ประโยชน์แก่ทั้งเมืองและชุมชน ซึ่งจะกลายเป็นต้นแบบในอุดมคติสำหรับโปรแกรมสมาร์ท ซิตี้ อื่นๆ ไม่ใช่แค่ แสนสุข แต่รวมถึงสมาร์ท ซิตี้ ในประเทศไทยและทั่วโลก.



ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

- <http://www.saensukcity.go.th/news/1259-160726-smart-city.html>
- <http://www.thaiquote.org/content/3595>
- <http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/709166>
- <http://ssanetwork.co.th>
- <http://www.eworldmag.com>
- <https://www.blognone.com/node/83866>

เทศบาลเมืองแสนสุข จ.ชลบุรี
ถ.บางแสนสาย 2 ต.แสนสุข อ.เมือง จ.ชลบุรี 20130
โทร. 0 3819 3500-2
เว็บไซต์ www.saensukcity.go.th



ปัจจุบันประชากรทั่วโลกกำลังทยอยมุงหน้าเข้าสู่สังคมสูงวัย และภายในอีก 8 ปีข้างหน้าคาดว่าจะมีผู้สูงวัยทั่วโลกจะมีมากกว่า 800 ล้านคน Special Report ฉบับนี้จึงปูพรมให้เห็นโอกาสในการสร้างธุรกิจที่สนองต่อความต้องการของตลาดผู้สูงวัยจากประเทศต่างๆ เพื่อต้อนรับการเปลี่ยนผ่านของกลุ่มลูกค้าที่จะเข้ามา มีอิทธิพลและกำลังซื้อสูงเป็นอันดับต้นๆ ในไม่ช้า ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรม และความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ถือเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างธุรกิจให้ตอบโจทย์ควบคู่ไปพร้อมสังคมสูงวัยที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว และหนึ่งในธุรกิจเป้าหมายที่กลุ่มลูกค้าสูงวัยต้องการมากที่สุดก็คือ ธุรกิจอาหาร

ธุรกิจอาหารผู้สูงวัย ติดโพลดาวรุ่งรับสังคมอนาคต

จากข้อมูลทางสถิติของสหประชาชาติ เห็นได้ชัดเจนว่าปัจจุบันประชากรโลกได้เปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคประชากรสูงวัยเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยทั่วโลกจะมีประชากรอายุมากกว่า 65 ปี มากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วอย่างประเทศสมาชิกในยุโรปหรืออเมริกา ซึ่งเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยอย่างสมบูรณ์แล้ว (Population Reference Bureau, 2012) ขณะที่ทวีปเอเชีย ประเทศญี่ปุ่นและเช็กเข้าสู่สังคมสูงวัยระดับสุดยอดไปเรียบร้อยแล้ว หรือเพื่อนบ้านอย่างกลุ่มประเทศอาเซียน สิงคโปร์ยังคงแชมป์สังคมสูงวัย ตามด้วยประเทศไทยที่มีการขยายตัวเป็นอันดับสอง* ซึ่งสาเหตุหลักๆ ที่ทำให้สัดส่วนประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วก็คือ ปริมาณการเกิดที่ลดลงและปัจจัยต่างๆ ที่ช่วยให้ประชากรที่อายุยืนยาวขึ้น



ธุรกิจอาหารในเมืองไทย โอกาสทองที่ผู้ประกอบการ ไม่ควรมองข้าม

จากการเปลี่ยนแปลงในข้างต้นส่งผลให้ประชากรวัยเด็กลดลงอย่างรวดเร็ว นำมาสู่การเพิ่มขึ้นของสัดส่วนประชากรสูงอายุ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและสำหรับประเทศไทยเองประมาณการประชากรในปี 2563 จะมีผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 14.4 ของประชากรทั้งประเทศ และเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ (Completed Aged Society) ดังนั้นโอกาสของการทำธุรกิจอาหารผู้สูงอายุในเมืองไทยจึงสามารถทำได้ทั้งรูปแบบของอาหาร เครื่องดื่ม และอาหารเสริม โดยต้องมีคุณสมบัติเด่นด้านคุณค่าทางโภชนาการที่ครบถ้วน มีส่วนช่วยชะลอความเสื่อมของร่างกาย ย่อยง่าย สามารถดูดซึมได้ดี ไขมันต่ำ ปราศจากคอเลสเตอรอล หลีกเลี่ยงน้ำตาล และมีส่วนผสมที่ช่วยลดความเสี่ยงหรือป้องกันการเกิดโรคในผู้สูงอายุ โดยเฉพาะ 3 โรคยอดฮิตอย่าง มะเร็ง หัวใจ และเบาหวาน ขณะที่บรรจุกัมมันต์สำหรับบรรจุกจะต่อความเข้าใจและใช้งานสะดวก มีรายละเอียดครบถ้วน และได้รับการรองรับมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัย รวมถึงควรมีช่องทางการซื้อสินค้าที่สะดวก หรือบริการจัดส่งที่สอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ของกลุ่มลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอนาคต โดยสินค้าอาหารที่คาดว่าจะได้รับความนิยมสูงก็คือ





อาหารแปรรูปสำหรับผู้สูงอายุ และ อาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับกระแสการดูแลสุขภาพที่กำลังมาแรงอยู่ในปัจจุบัน และกลุ่มผู้สูงอายุก็เป็นฐานลูกค้าหลักที่ขับเคลื่อนให้กระแสอาหารสุขภาพมีแนวโน้มการเติบโตต่อเนื่องอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่ร่างกายเริ่มมีการเสื่อมถอย จะให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้น จากรายงานของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยระบุว่า มูลค่าการบริโภคอาหารสุขภาพของคนไทยสูงถึง 1 แสนล้านบาทต่อปี โดยอาหารสุขภาพที่ได้รับความนิยมสูงสุดก็คือ กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม รองลงมาคือ อาหารที่ผลิตจากธรรมชาติ รวมถึงวิตามินและผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มเติบโตมากขึ้นเช่นกัน

ด้านหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนในประเทศไทยก็มีการบูรณาการความร่วมมือกันเพื่อผลักดันและกำหนดทิศทางการวิจัยพัฒนานวัตกรรมอาหารด้วยเทคโนโลยีและการออกแบบเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ ผ่านการตั้งเครือข่าย Care Food ที่มุ่งเน้นดำเนินงานวิจัยเชิงพาณิชย์และทำการทดสอบจริง เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุแต่ละกลุ่ม แต่ละช่วงวัย และกลุ่มผู้สูงอายุที่มีโรค เพื่อรองรับตลาดสังคมผู้สูงอายุที่จะเป็นตลาดใหญ่ในอนาคตอย่างสมบูรณ์แบบโดยที่กลุ่มลูกค้าจะได้รับผลิตภัณฑ์อาหารและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ปลอดภัยและมีคุณประโยชน์ในการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคควบคู่กับความพอใจสูงสุด

ญี่ปุ่น แม่แบบธุรกิจอาหารผู้สูงอายุ

ขณะที่ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นประเทศผู้นำด้านสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ประเทศแรกๆ ในโลก และเป็นต้นแบบในการผลิตสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุให้กับนานาประเทศ จากผลสำรวจของสำนักงานรัฐสภาญี่ปุ่น (Japan Cabinet Office) พบว่า ร้อยละ 66 ของผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปพึงพอใจกับความสุขทางใจ (Mental Happiness) ผู้ประกอบการในญี่ปุ่นจึงให้ความสำคัญกับการผลิตและพัฒนาสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับ 4 ประเด็นหลัก คือ ความปลอดภัย สุขภาพ ประโยชน์ และความสะดวก จากภาพรวมของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในญี่ปุ่นปี 2556 นั้น มีมูลค่าสูงถึง 8 ล้านล้านเยน หรือประมาณ 2.56 ล้านล้านบาท มีการเติบโตเฉลี่ย 5 ปี ย้อนหลังถึง 10% รายได้เฉลี่ยต่อปี 4.54 ล้านล้านเยน หรือประมาณ 1.452 ล้านล้านบาท กำไรเพิ่มขึ้น 5.1% และหนึ่งในธุรกิจผู้สูงอายุที่ทำกำไรได้ดีก็คือ ธุรกิจอาหารเสริมสุขภาพและโภชนาการ ซึ่งเติบโตเพิ่มถึงร้อยละ 70 ตัวอย่างการพัฒนานวัตกรรมอาหารสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะมีชื่อเรียกว่า Care Food ซึ่งคุณสมบัติเด่นของอาหารประเภทนี้จะมีหน้าตา กลิ่น รสชาติ และสารอาหารยังคงเหมือนอาหารทั่วไปแต่แฝงไว้ด้วยคุณสมบัติเฉพาะตัวและนำนวัตกรรมมาใช้เพื่อเลี้ยงหรือลดส่วนผสมที่อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพ อาทิ มีความอ่อนนุ่ม สามารถกลืนหรือละลายในปาก เพื่อให้ง่ายต่อ



การรับประทานและลดการสำลัก หรือการลดฟอสฟอรัสในบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ผู้สูงอายุมีความสุขกับการรับประทานอาหารโดยสามารถรักษาสมดุลที่ดีในร่างกายได้

อีกหนึ่งตัวอย่างที่น่าสนใจของผู้นำด้านการผลิตอาหารเด็กและมายองเนสชื่อดังระดับโลกอย่างคิวพีก็ปรับกลยุทธ์มาเจาะตลาดผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น โดยใช้เทคโนโลยีเดียวกับการผลิตอาหารเด็กมาผลิตอาหารให้กับผู้สูงอายุ ทำให้ปัจจุบันคิวพีมีอาหารสำหรับผู้สูงอายุจำหน่ายทั้งแบบปรุงสด อาทิ สลัดมันฝรั่ง ผักตุ๋นสไตล์ญี่ปุ่น ซึ่งได้รับความนิยมสูง และแบบสำเร็จรูปที่มีรายละเอียดครบถ้วนของชัดเจน อาทิ ชนิดเคี้ยวง่าย ชนิดใช้ลิ้นบดได้ หรือชนิดกลืนได้เลย โดยผู้สูงอายุในญี่ปุ่นสามารถหาซื้อได้ทางซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไปและบริการส่งถึงบ้าน

ซึ่งทางรัฐบาลญี่ปุ่นเองก็ให้ความสำคัญและเล็งเห็นการเติบโตของธุรกิจนี้ จึงมอบหมายให้กระทรวงเกษตรจัดการประชุมขึ้นทุกเดือนเพื่อให้การสนับสนุนส่งเสริมและควบคุมดูแลธุรกิจในตลาดอาหารผู้สูงอายุแบบครบมิติ โดยมีการหารือกันอย่างต่อเนื่องระหว่างแพทย์ นักโภชนาการ และบริษัทผู้ผลิตอาหาร เพื่อร่วมมือกันผลิตอาหารที่มีคุณภาพที่ได้มาตรฐานตามความต้องการของผู้สูงอายุ

ธุรกิจอาหารผู้สูงอายุในไต้หวัน ปูพรมการเติบโตสู่อากาศสดใส

ด้านธุรกิจอาหารผู้สูงอายุในประเทศไต้หวันก็มีแนวโน้มที่สดใสในอนาคตเช่นกัน เนื่องจากภาพรวมตลาดอาหารในไต้หวันเติบโตเพิ่มขึ้นจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่เกื้อหนุนให้ตลาดอาหารในไต้หวันขยายตัว ประกอบกับชาวไต้หวันเองนิยมรับประทานอาหารนอกบ้านและมีพฤติกรรมเปิดรับอาหารแปลกใหม่อยู่เสมอ ส่งผลให้ในไต้หวันมีร้านอาหารหลากหลายประเภทเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และหากเจาะลึกสถานการณ์ตลาดอาหารสำหรับผู้สูงอายุของไต้หวันในขณะนี้ พบว่าไต้หวันเป็นประเทศที่มีอัตราการเกิดใหม่ต่ำที่สุดในโลก ขณะที่จำนวนผู้สูงอายุ (อายุมากกว่า 65 ปี) เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรอย่างชัดเจนนี้ทำให้หลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องเห็นตรงกันว่า สินค้าสำหรับผู้สูงอายุกลายเป็นดาวรุ่งดวงใหม่ที่อยู่ในกระแสความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค โดยเฉพาะสินค้าอาหารสำหรับผู้สูงอายุในไต้หวัน ที่ถอดรหัสได้จากการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีการศึกษาดี เอาใจใส่เรื่องสุขภาพและให้ความสำคัญกับการเลือกสรรสินค้าและบริการมากขึ้น ทำให้แนวทางการพัฒนาสินค้าอาหารสำหรับผู้สูงอายุในไต้หวันแบ่งออกเป็น สินค้าอาหารสำหรับ



Soft Food Diet for the Elderly
Health Care Foods



ผู้สูงอายุทั่วไป ซึ่งเป็นอาหารชนิดเดียวกับผู้บริโภครวมไป แต่เพิ่มคุณสมบัติบางอย่างที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ รวมถึงด้านบรรจุภัณฑ์ที่ใช้งานง่าย เปิดสะดวก มีขนาดและปริมาณที่เหมาะสม เนื่องจากผู้สูงอายุมักรับประทานต่อมือน้อยกว่าคนทั่วไป สินค้าอาหารสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการ การดูแลสุขภาพเป็นพิเศษ สินค้าประเภทนี้เหมาะสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการดูแลสุขภาพเป็นพิเศษหรือมีปัญหาด้านสุขภาพ ดังนั้นอาหารประเภทนี้จึงถูกคิดค้นให้มีคุณสมบัติเพิ่มเติม เช่น อาหารโซเดียมต่ำสำหรับผู้สูงอายุที่เป็นความดันสูง เนยเทียมที่ช่วยลดคอเลสเตอรอล เป็นต้น





จีนเร่งวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสูงวัย ความต้องการผู้สูงวัย

ส่วนพฤติกรรมของผู้สูงอายุในเขตเศรษฐกิจจีนที่มีความเจริญอย่าง เชียงไฮ้ เจ้อเจียง และเจียงซูนั้น พบว่ามีความต้องการด้านสุขภาพและความบันเทิงเป็นหลัก รับกับข้อมูลจากเว็บไซต์วิทยาศาสตร์และสังคมที่แจ่มกว่า ผู้สูงวัยชาวจีนประมาณร้อยละ 59 ออกกำลังกายเป็นประจำ ดังนั้นสินค้าที่ช่วยเสริมสร้างให้สุขภาพแข็งแรงเป็นสิ่งจำเป็นและตอบโจทย์ผู้สูงวัยเป็นอย่างมาก อาทิ อุปกรณ์ออกกำลังกาย เครื่องช่วยวัดความดันหรือน้ำในเลือด และอาหารเพื่อสุขภาพที่สะดวกต่อการรับประทานหรือนำมาปรุงต่อได้ง่าย.

และนี่คือส่วนหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงโอกาสทางธุรกิจจากประเทศต่างๆ ที่สอดคล้องกับการถ่ายโอนของขนาดกลุ่มผู้บริโภคหลักไปสู่ผู้สูงวัย ตลาดใหญ่ที่มีศักยภาพในอนาคตอันใกล้ ทั้งนี้การเตรียมความพร้อมและปรับกลยุทธ์ให้กับธุรกิจอาหารถือเป็นเรื่องจำเป็นเพื่อสร้างความได้เปรียบให้กับธุรกิจในระยะยาว.



ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

- *ปราโมทย์ ปราสาทกุล “สถานการณ์ผู้สูงอายุ แนวโน้มและผลกระทบจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน, 2556
- **การสำรวจการเปลี่ยนแปลงของประชากร สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2556
- ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครเซี่ยงไฮ้
- www.smeleader.com
- www.ditp.go.th
- www.bangkokbiznews.com
- www2.ipsr.mahidol.ac.th
- <http://oknation.nationtv.tv/blog/surasak>
- www.prachachat.net

Showcase

• เรื่อง : ดา นานวัน

คุณเฉลิมพล ปุณโณทก ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ซีที เอเชีย โรโบติกส์ จำกัด ผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของ “หุ่นยนต์ดินสอ” หุ่นยนต์สร้างสรรค์ที่กลั่นกรองจากสมองและสองมือคนไทยล้วนๆ ผู้ผลิตสินค้าที่เรียกว่า หุ่นยนต์บริการ (Service Robot) เพื่อเติมเต็มตลาดที่ยังมีช่องว่าง โดยใส่ฟังก์ชันการใช้งานที่จำเป็น ตรงจุด และตรงใจ กลายเป็นสินค้าไฮเทคที่มี Emotional และใส่เสน่ห์ความเป็นไทย จนสามารถครองตลาดผู้ใช้งานทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ



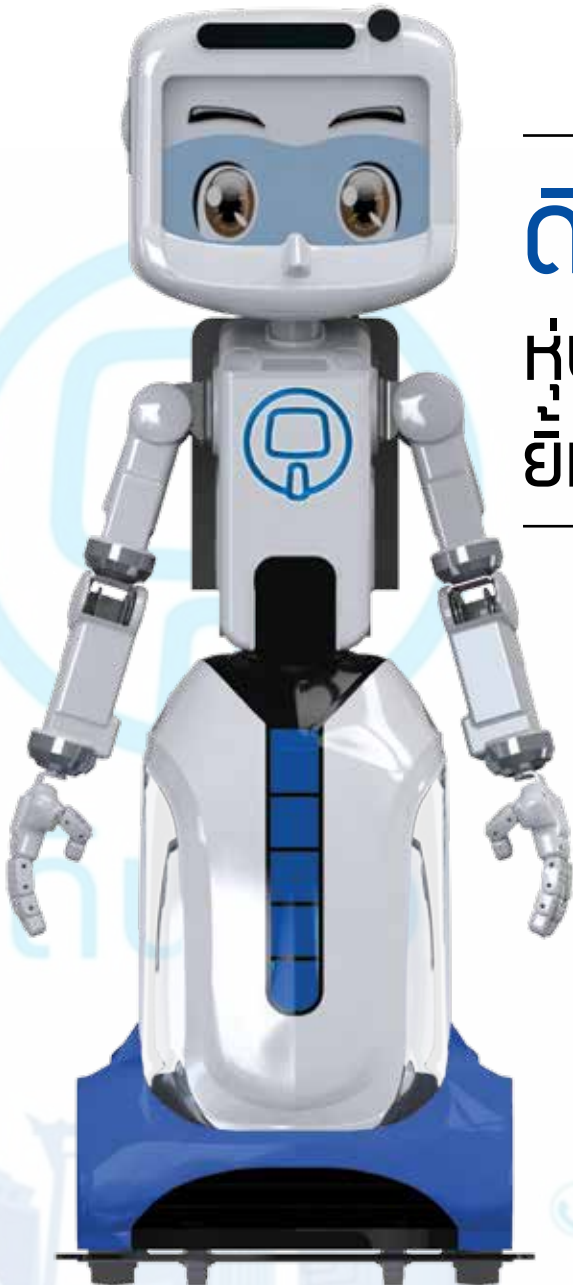
ดินสอโรบอท

หุ่นยนต์สัญชาติไทย

ยิ้มได้ พูดเก่ง เอาไว้บริการคนแก่

กำเนิดหุ่นยนต์สัญชาติไทย

ย้อนกลับไป 20 ปีที่ผ่านมา **เฉลิมพล ปุณโณทก** ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ซีที เอเชีย โรโบติกส์ จำกัด เชื่อมั่นว่าประสบการณ์ในฐานะนักกิจกรรมในรั้วมหาวิทยาลัยนั้นช่วยบ่มเพาะ และสร้างให้เขามีอุดมการณ์ที่จะแปลงธุรกิจให้สามารถสร้างสรรค์สังคม และให้คุณค่าแก่ประเทศได้ แต่ก่อนที่เขาจะกระโดดเข้ามาเป็นผู้ประกอบการเต็มตัว เฉลิมพลได้สังเคราะห์และสกัดความคิดออกมาว่า “ผมจะทำของเจ๋งๆ ฝีมือคนไทยที่สามารถขายได้ทั่วโลก” โดยอาศัยพลังใจที่มุ่งมั่นเต็มเปี่ยม และชวนขวายเรียนรู้จากผู้ที่เชี่ยวชาญระดับโลก อย่าง จีอี แคปิตัล แคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา





www.Postjung.com

“ผมไม่เชื่อง่ายๆ ว่าทำตามเขาไปแล้วจะดีเสมอ และตั้งคำถามว่าถ้าทุกคนคิดอย่างนั้น ประเทศของเราก็จะมีการพัฒนาสู่ความเป็นผู้นำได้อย่างไร เลยทำให้เป็นคนคิดนอกกรอบและมุ่งมั่นที่จะทำธุรกิจในอนาคตทางเทคโนโลยี ผมตัดสินใจว่าจะต้องออกมาทำธุรกิจในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีซอฟต์แวร์และการผลิตหุ่นยนต์โดยฝีมือคนไทยให้ได้ ซึ่งกระบวนการจะเป็นผู้ประกอบการล้วนมีที่มาของความคิดและแผนการทั้งนั้น ไม่ใช่ความบังเอิญ”

กุญแจดอกสำคัญที่ทำให้ซีที เอเชีย โรโบติกส์เป็นผู้นำบุกเบิก เติบโตและยังเป็นผู้นำในกลุ่มอุตสาหกรรมเทคโนโลยีซอฟต์แวร์และการผลิตหุ่นยนต์ประเภท Service Robot มาจนถึงปัจจุบัน นอกจากบุคลากรที่มีศักยภาพครบทุกด้าน ไม่ใช่เพียงด้านวิศวกรรมเท่านั้น ยังต้องอาศัยหลักกลยุทธ์การตลาดฉบับผู้นำเข้ามาเป็นแกนหลักในการบริหารด้วย โดยผู้บริหารต้องเป็นผู้กำหนดวิสัยทัศน์ อ่านความต้องการของตลาดได้ และมีความสามารถในการ “ประกอบคนเก่ง” เชื้อเชิญผู้ที่มีศักยภาพในด้านต่างๆ เข้ามาทำงานในองค์กร สร้างเวทีให้วิศวกรทำงานและเชื่อมโยงทักษะความรู้จากหลากหลายศาสตร์มาตอบโจทย์ความต้องการผู้บริโภคได้

“ผู้ประกอบการต้องมีทักษะหลักๆ 2 ด้าน หนึ่งต้องฝึกอ่านคนให้เป็น โดยเฉพาะการสร้างแรงจูงใจให้คนเก่งมาทำงานร่วมกับเรา เพื่อสนับสนุนให้เขาเป็นกำลังสำคัญในการสร้างผลิตภัณฑ์ ซึ่งผมใช้หลักง่ายๆ คือขีดเป้าหมายให้ชัดเจนว่า “ผมจะทำซอฟต์แวร์เจ๋งๆ ฝีมือคนไทยขายไปทั่วโลก” เมื่อพูดกับตัวเอง

ชัดเจนแล้วก็ต้องสื่อสารให้เป็น โดยเริ่มพูดกับคนเก่งที่มีอุดมการณ์เดียวกัน ชักชวนให้มาเดินทางร่วมกัน และสอง ผู้ประกอบการสินค้าไฮเทคยังต้องอ่านอนาคตให้เป็นด้วย”

ปั้นหุ่นยนต์ไว้บริการคนแก่

ถึงแม้ ซีที เอเชีย โรโบติกส์ จะเป็นผู้ผลิตหุ่นยนต์เจ้าแรกของไทยทำให้ปราศจากคู่แข่งในประเทศก็ตาม แต่เฉลิมพลมองว่าการเป็นผู้บุกเบิกตลาดยังจำเป็นต้องอาศัยทักษะ “อ่านตลาดอนาคต” ร่วมกับ “วิเคราะห์คู่แข่งที่มีอยู่ทั่วโลก” เพื่อดูว่าเช็กมันต์ใดเป็นที่ต้องการของตลาดหรือยังไม่มีผู้ผลิตตอบสนองความต้องการนั้นได้ ซึ่งในตอนนั้นกลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มเป้าหมาย และต้องแยกให้ชัดเจนต่อไปว่าความต้องการของผู้สูงอายุแต่ละประเภทคืออะไร แล้วสกัดเป็นโจทย์เพื่อส่งต่อให้ทีมวิศวกรสร้างหุ่นยนต์ กลายเป็นที่มาของ “หุ่นยนต์ดินสอด” หุ่นยนต์เชิงพาณิชย์ตัวแรกของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำหน้าที่ให้บริการมนุษย์ สามารถสื่อสารโต้ตอบกับมนุษย์ได้ โดยใช้เทคโนโลยีทางด้าน Computational Intelligent ให้หุ่นยนต์จดจำภาษามือที่เป็นภาพเคลื่อนไหว สำหรับใช้สื่อสารกับผู้พิการทางการได้ยินโดยไม่จำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ช่วย

“เป็นที่รู้กันว่าในเอเชีย ตลาดญี่ปุ่นเป็นเจ้าตลาดหุ่นยนต์ ผมก็ไปสำรวจตลาด ไปดูศูนย์วิจัยและงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับหุ่นยนต์ และพบว่ายังไม่มีใครทำหุ่นยนต์ Service Robot จึงเป็นที่มาให้เราพัฒนา **หุ่นยนต์ดินสอดรุ่นแรก** ขึ้น โดยคิดจากความต้องการผู้บริโภค (Customer Need) โดยไปเฝ้าดู เฝ้าสังเกต สอบถามแล้วก็ตีโจทย์ให้แตกว่า จะทำอย่างไรให้คนตัดสินใจซื้อหุ่นยนต์พร้อมฟังก์ชันที่ทำงานได้ตามที่ลูกค้าต้องการ และได้โอโมชั่น ให้ยิ้มได้ ให้ช่างเจรจา ซึ่งดินสอดสามารถตอบโจทย์ได้ทั้งเหตุผลและอารมณ์ความรู้สึก ผ่านดีไซน์และรูปแบบการใช้งานครอบคลุมความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุจริงๆ ซึ่งหุ่นยนต์ดินสอดรุ่นต่างๆ จะถูกผลิตด้วยแนวคิดนี้ทั้งสิ้น”

ต่อมา ซีที เอเชีย โรโบติกส์ ได้พัฒนา **หุ่นยนต์ดินสอด รุ่น 2** เพื่อให้มีประโยชน์ใช้สอยในการดูแลผู้สูงอายุโดยเฉพาะ โดยมีแขนกลที่ออกแบบให้เลียนแบบกล้ามเนื้อแขนของมนุษย์ ใช้เส้นสลิงก็ในการควบคุมการเคลื่อนที่ซึ่งสามารถพับข้อมันได้ 7 จุดต่อ 1 แขน สามารถทำการเสิร์ฟอาหาร หยิบสิ่งของ รวมถึงไหว้และโบกมือ สามารถบันทึกรายชื่อผู้ที่ต้องการติดต่อ



ไว้ในระบบฐานข้อมูลและโทรออกไปยังผู้ที่ต้องการติดต่อได้ พร้อมทั้งติดตั้งนวัตกรรมใหม่ DinsowSpond ซึ่งเป็นระบบเรียกให้โทรกลับ ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อเรียกให้แพทย์หรือลูกหลาน ติดต่อกลับมาหาผู้สูงอายุได้อย่างรวดเร็ว จากนั้นจึงลดขนาดตัวหุ่นยนต์ให้เหมาะสมกับไลฟ์สไตล์คนเมือง กลายเป็น **หุ่นยนต์ดินสอดมินิ** (Dinsaw Mini) ผลิตด้วยวัสดุพลาสติกแข็ง โครงสร้างภายในเป็นเหล็กยึด โดยพุ่งเป้าไปที่การดูแลผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ตามลำพัง และมีความสามารถในการแจ้งแพทย์ฉุกเฉินได้ จนกระทั่งปัจจุบันได้พัฒนาเป็น **หุ่นยนต์ดินสอด รุ่น 3** ที่มีประสิทธิภาพแบบ Full Option ตีตลาดไทยและต่างประเทศ อาทิ ญี่ปุ่น เยอรมนี สวีเดน และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

อนาคตของไรบอกระกูลดินสอด

ที่ซี เอเชีย โรโบติกส์ ผู้พัฒนาหุ่นยนต์เชิงพาณิชย์รายแรกและรายเดียวของประเทศไทย ยังคงมุ่งเน้นมาตรฐานของบริษัทของคนไทย 100% และช่วงชิงเป็น



ความเป็นเลิศด้าน Service Robot เพื่อให้อุตสาหกรรมเทคโนโลยีในประเทศไทยขยายตัวและทะยานขึ้นไปอยู่ในระดับโลกได้ โดยจะพึ่งพาทักษะด้านบริการและต่อยอดศักยภาพด้านการบริการตามขีดความสามารถของหุ่นยนต์ เช่น ทักษะด้านการเสิร์ฟอาหารให้คนชราที่สามารถนำมาปรับใช้กับการเสิร์ฟอาหารคนทั่วไป แต่ต้องใส่ฟังก์ชันพิเศษเพิ่มขึ้น เป็นต้น และให้ความสำคัญกับการพัฒนาหุ่นยนต์ Service Robot เพื่อให้บริการผู้สูงอายุ โดยพัฒนาจากระบบการทำงานง่ายๆ ซ้ำๆ เป็นการประมวลผลได้เองแบบปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence)

“ผมเลือกตอบสนองหลากหลายธุรกิจ แต่ที่ให้ความสนใจเป็นพิเศษคือกลุ่มการแพทย์ หลังจากที่เรพัฒนาหุ่นยนต์เชิงพาณิชย์เพื่อดูแลผู้สูงอายุได้แล้ว ก็สามารถพัฒนาเพื่อดูแลผู้ป่วยทั้งที่อยู่ในโรงพยาบาลและที่บ้านได้อีกด้วย ซึ่งผมและทีมงานพร้อม **วิวัฒนาการแนวทางการพัฒนาสินค้าของเราให้เป็นหุ่นยนต์แพทย์ให้ได้** โดยอาศัยแนวคิด ความร่วมมือและมองให้ออกว่าขณะนี้กระแสหรือเทรนด์ใดกำลังมาแล้วเรามีศักยภาพที่จะตอบสนองด้านใดก็ลงมือทำให้ตรงจุดเลย โดยตั้งเป้าตัวเองให้เป็น Global Player มองตลาดให้ไกลกว่าในประเทศ เพราะผมเชื่อว่าชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษยชาติดีขึ้นได้ ขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการมีโอกาสสร้างสรรค์สิ่งดีๆ ออกมานั่นเอง”
คุณเฉลิมพล กล่าวถึงแนวทางในอนาคตของบริษัท และการเติบโตของหุ่นยนต์สัญชาติไทยในตลาดโลก

แนววิธีสร้างโอกาสให้หุ่นยนต์ไทย

ส่วนกระบวนการสำคัญถัดไปนั้น ผู้ประกอบการต้องมีความเข้าใจใน Rules of the Game ว่าการเป็นผู้สร้างสินค้านวัตกรรมนั้น ต้องสร้างและเล่นในเกมของตัวเอง ในเมื่อไทยเรายังมีจุดอ่อน ไม่สามารถสู้ความแข็งแกร่งทางเทคโนโลยีกับประเทศผู้นำของโลกได้ ก็ต้องค้นหาค้นหาความสามารถหรือช่องว่างของโอกาสของตัวเองที่จะแทรกตัวเข้าไปในตลาดได้ และเลือกที่จะจับมือกับพันธมิตรที่ส่งเสริมซึ่งกันและกันและมีเป้าหมายไปในทางเดียวกัน

ด้านภาครัฐเองควรมองหา ‘ข้างเผือก’ หรือผู้ประกอบการที่มีศักยภาพผู้นำด้านเทคโนโลยี โดยเข้ามาสนับสนุนและส่งเสริมให้เป็นทัพหน้า เป็นต้นไม้ยืนต้นที่แข็งแรง เพื่อส่งสัญญาณว่าผู้ประกอบการไทยมีความสามารถเทียบชั้นระดับโลก จึงจะทำให้เกิดการสร้างตลาดและโอกาสเติบโตอย่างถาวรให้กับเศรษฐกิจไทยได้อย่างแท้จริง.



AEC Hub

• เรื่อง : บุชนตร จักกรณ

จากการขยายตัวของสังคมผู้สูงอายุทั่วโลกในปัจจุบัน ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการผลิตภัณฑ์เทคโนโลยี และการบริการที่ช่วยดูแลผู้สูงอายุเป็นที่ต้องการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง บริษัท เอ็น.ซี.ซี. เอ็กซิปปิชั่นส์ ออคาโนเซอร์ จำกัด ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของตลาดกลุ่มนี้และเตรียมความพร้อมในการเป็นหนึ่งในกลไกที่ช่วยผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการลงทุนด้านตลาดผู้สูงอายุในกลุ่มประเทศอาเซียนต่อไปในอนาคต จึงผนึกกำลังกับผู้ประกอบการธุรกิจเพื่อผู้สูงอายุ เปิดตัว InterCare Asia งานแสดงนวัตกรรมสินค้า บริการ และเทคโนโลยีด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุมาตรฐานระดับสากลเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตให้สมบูรณ์แบบ เชื้อประโยชน์ทั้งด้านผู้บริโภค ผู้ประกอบการ และสังคมโดยรวม

InterCare Asia

งานแสดงนวัตกรรมผู้สูงอายุ รับสังคมสูงอายุขยายตัว ปกรประเทศไทยเป็นฮับ



ซึ่งจัดขึ้นเป็นครั้งแรก ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กรุงเทพฯ เมื่อปีที่ผ่านมา ภายในงานมีการเปิดพื้นที่จัดแสดงสินค้าจากหลายประเทศ งานสัมมนาและกิจกรรมเวิร์คช็อปหัวข้อต่างๆ สำหรับผู้สูงอายุจากภาครัฐผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ทั่วเอเชีย และการจับคู่ทางธุรกิจที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้สูงอายุได้อย่างครอบคลุม 5 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1. Home Care 2. Rehabilitation 3. Medical Tourism 4. Services 5. Nutritional Food โดยมีสินค้านวัตกรรมที่น่าสนใจ เช่น ไลบราเตอร์ (Liberator) จากประเทศออสเตรเลีย นำซอฟต์แวร์สำหรับช่วยพุดคุยสื่อสารกับผู้สูงอายุที่มีปัญหาเรื่องการฟัง รวมถึงผู้พิการที่มีความบกพร่องทางการฟัง, แลป รีแฮบ (Lab Rehab) จากประเทศสิงคโปร์ นำอุปกรณ์ช่วยบำบัดร่างกายมาจัดแสดง เป็นต้น

คุณสีบพงษ์ สมิตพันธ์ ผู้อำนวยการกลุ่มโครงการ บริษัท เอ็น.ซี.ซี. เฮลท์ซันส์ ออคาไนเซอร์ จำกัด ผู้จัดงาน อินเตอร์แคร์ เอเชีย 2016 (InterCare Asia 2016) เปิดเผยว่า InterCare Asia จัดขึ้นเพื่อแสดงความพร้อมให้กับประเทศไทยในการก้าวผ่านไปสู่สังคมผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการรวบรวมเอานวัตกรรมสินค้าและบริการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สูงอายุในหลายมิติเอาไว้ได้อย่างครอบคลุม สนองตอบลูกค้า





กลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องการเตรียมตัวหรือมองหาสินค้าและบริการที่ช่วยให้การดำเนินชีวิตสะดวกสบายยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเสริมสาระสำคัญในมิติต่างๆ อาทิ มิติธุรกิจ การค้าการลงทุน มิติของการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนมิติทางสังคมที่ครอบคลุม ผู้สูงอายุและคนพิการ เป็นพื้นที่ในการต่อยอดโอกาสให้กับผู้ประกอบการและนักลงทุนไทยที่จะได้สำรวจ นวัตกรรมและแนวโน้มความต้องการของตลาด เทรนด์ของสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปพัฒนาธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงอายุให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมุ่งหวังให้เป็นสื่อกลางในการส่งเสริมการลงทุนธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงอายุในภูมิภาคอาเซียนอีกด้วย

ซึ่งสอดคล้องกับมาตรฐานด้านธุรกิจบริการรวมถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เข้มแข็งและเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งสามารถดึงดูดให้ชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยว ตลอดจนเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมที่ชาวต่างชาติต้องการมาพักผ่อนใช้ชีวิตหลังเกษียณ อีกทั้งประเทศไทยเองก็เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยประมาณการณปี 2050 ผู้สูงอายุจะเพิ่มเป็น 18 ล้านคนหรือร้อยละ 27 ของประชากรทั้งประเทศ ส่งผลให้ธุรกิจบริการผู้สูงอายุในเมืองไทยมีสัดส่วนมากขึ้น แต่เนื่องจากปัจจุบันตลาดยังมีข้อจำกัดในการขยายตัว

ทำให้ธุรกิจผู้สูงอายุในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจบริการดูแลระยะสั้น รวมถึงธุรกิจบริการผู้สูงอายุแบบเนอร์สซิงโฮม (Nursing Home) ในปัจจุบันที่มีจำนวนผู้ให้บริการเต็มความสามารถในการรองรับ และมีแนวโน้มความต้องการใช้บริการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและเติบโตอีกเท่าตัวในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า อีกทั้งธุรกิจการจัดหาที่พักระยะยาวก็เริ่มมีสัดส่วนการเติบโตมากขึ้นตามแนวโน้มของนักท่องเที่ยวสูงอายุต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวเมืองไทยเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยถึงร้อยละ 8 ต่อปี ประกอบกับข้อมูลจาก International Living Magazine ที่จัดอันดับประเทศไทยเป็น 1 ใน 10 ประเทศที่มีความเหมาะสมในการอยู่อาศัยยามเกษียณ เนื่องจากค่าครองชีพถูก และมีบริการด้านการรักษาพยาบาลที่มีประสิทธิภาพในราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ทำให้ปัจจุบันเมืองท่องเที่ยว



หลายแห่งเริ่มลงทุนสร้างโครงการบ้านพักคนชรา เพื่อรองรับชาวต่างชาติอย่าง เชียงใหม่ หัวหิน สมุย 3 เมืองท่องเที่ยวยอดนิยมของผู้สูงอายุต่างชาติ เนื่องจากแวดล้อมไปด้วยธรรมชาติและมีบรรยากาศที่สงบ ไม่พลุกพล่าน โดยจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีจำนวนชาวญี่ปุ่นที่ลงทะเบียนอย่างเป็นทางการเพื่อเข้ามาอาศัยระยะยาวถึง 4,000 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2013 ประมาณ 500 คน และเข้ามาอยู่อาศัยอย่างไม่เป็นทางการอีกกว่า 2,000 คน ซึ่งประมาณค่าใช้จ่ายต่อคนต่อปีอยู่ที่ 300,000 บาท และคาดการณ์ว่าจะมีมูลค่าตลาดไม่ต่ำกว่า 1,000 ล้านบาท โดยอีกไม่เกิน 10 ปีข้างหน้า ตลาดกลุ่มนี้จะสามารถเติบโตมากกว่าร้อยละ 50 และมีศักยภาพเพียงพอที่จะก้าวสู่การเป็นผู้นำธุรกิจบริการเกี่ยวกับผู้สูงอายุที่ครบวงจรและเป็นที่ยอมรับในนานาประเทศต่อไป



ซึ่งภายในการจัดงาน InterCare Asia ก็เป็นทางลัดของคำตอบให้กับผู้ประกอบการที่มองหาช่องทางลงทุนในธุรกิจผู้สูงอายุจะได้เปิดมุมมองใหม่ๆ และแสดงให้เห็นถึงช่องว่างของสินค้าบริการเพื่อผู้สูงอายุที่ทำนายต่อโอกาสในการสร้างสินค้าและบริการที่ตรงความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด และเนื่องจากการจัดงานในปีที่ผ่านมาได้ผลตอบรับที่ดีทำให้เกิด InterCare Asia 2017 ขึ้นต่อเนื่อง ระหว่างวันที่ 6-8 กรกฎาคม 2560 ณ ไบเทค บางนา โดยปีนี้จะมีกิจกรรมเด่นภายในงาน อาทิ เทคโนโลยีสู่สังคมผู้สูงอายุ, 4 เทคโนโลยีทันสมัยเพื่อผู้สูงอายุจากฝีมือนักศึกษา, การรวบรวมเอากลุ่มสินค้าจากตลาดผู้สูงอายุในไทย-อาเซียนมาจัดแสดง และธุรกิจเพื่อผู้สูงอายุ เป็นต้น.



ติดตามรายละเอียดเพิ่มเติมที่

<http://intercare-asia.com/>

ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

<http://intercare-asia.com/>

www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1469443469

www.matichon.co.th/news/126114

Opportunity

• เรื่อง : อรุณวดี ปานมณี

ทิศทางการลงทุนธุรกิจ ผ้าอ้อมสำเร็จรูปสำหรับผู้สูงอายุ



เมื่อเห็นจำนวนประชากรสูงอายุในประเทศที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี ก็ปฏิเสธไม่ได้เลยว่าประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุอย่างเต็มรูปแบบแล้ว โดยอัตราการเพิ่มจำนวนของผู้สูงอายุ ทำให้ตลาดเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์ที่สามารถอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ อาทิ ผู้สูงอายุที่มีอาการป่วย ไม่สามารถรับประทานอาหาร แม้กระทั่งการเข้าห้องน้ำด้วยตัวเอง ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่เข้ามาจับกับภาคสำคัญก็คือ ผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นและสามารถตอบโจทย์การดำเนินชีวิตในปัจจุบันของผู้สูงวัยอายุให้มีความสะดวกสบายมากขึ้นนั่นเอง

และหนึ่งในธุรกิจผู้สูงอายุที่น่าจับตามองมากเป็นพิเศษ คือ ธุรกิจผ้าอ้อมสำหรับผู้สูงอายุ ที่มีอัตราการขยายตัวสอดคล้องกับสถานการณ์แห่งวันที่เพิ่มขึ้น และส่งผลให้มีนักลงทุนและผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เล็งเห็นความสำคัญและเข้ามาแชร์ส่วนแบ่งตลาด สร้างพื้นที่ยืนในธุรกิจผ้าอ้อมสำหรับผู้สูงอายุ โดยใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ของตนให้กลุ่มลูกค้ารู้จักและเกิดการทดลองใช้ในที่สุด



ธุรกิจผ้าอ้อมสำเร็จรูปสำหรับผู้สูงอายุ ประเทศไทยโตต่อเนื่อง

ปัจจุบันตลาดของธุรกิจผ้าอ้อมสำเร็จรูปสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย มีมูลค่าตลาดประมาณ 300 ล้านบาท และมีการการขยายตัวเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยคาดการณ์ว่าจะเติบโตขึ้นอีกประมาณ 20 เปอร์เซ็นต์ หรือมีมูลค่ารวมกว่า 400 ล้านบาท เป็นตลาดใหม่ที่น่าจับตามอง และเนื่องด้วยประเทศไทยเป็นประเทศที่มีประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยปัจจุบันมีจำนวนผู้สูงอายุมาราว 10.9 ล้านคน และคาดว่าจะเพิ่มเป็น 17.6 ล้านคนในปี 2573 ซึ่งคิดเป็น 26.3 เปอร์เซ็นต์ของจำนวนประชากรทั้งหมดในประเทศ ต่างจากภาพรวมของตลาดผ้าอ้อมสำเร็จรูปสำหรับผู้สูงอายุทั่วโลกที่มีมูลค่ากว่า 1,250 ล้านบาท แต่ชะลอการเติบโตลงประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์

โดยสามารถแบ่งสัดส่วนของธุรกิจตลาดผ้าอ้อมสำเร็จรูปสำหรับผู้สูงอายุได้เป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรก คือ กลุ่มพรีเมียม มีสัดส่วนการตลาดราว 15 เปอร์เซ็นต์ โดยผ้าอ้อมสำเร็จรูปสำหรับผู้สูงอายุก่อนหน้านี้จะมีราคาค่อนข้างสูง และมีผู้เล่นในตลาดไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็นแบรนด์นำเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งมีคุณภาพดีและมีคุณสมบัติในการซึมซับ ป้องกันการรั่วซึม มีสารป้องกันแบคทีเรีย โดยราคาต่อชิ้นจะสูงกว่า 20 บาทขึ้นไป ส่วนกลุ่มที่ 2 คือ กลุ่มอีโคโนมี ซึ่งมีกระแสการแข่งขันที่ดุเดือดกว่า เป็นตลาดใหญ่ที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีราคาต่อชิ้นโดยเฉลี่ยประมาณ 15-20 บาท โดยปัจจุบันมีสัดส่วนการตลาดอยู่ที่ 85 เปอร์เซ็นต์

ลูกค้าฯ คุณสมบัติ และ คุณภาพ สองปัจจัยหลักประกอบการตัดสินใจซื้อ

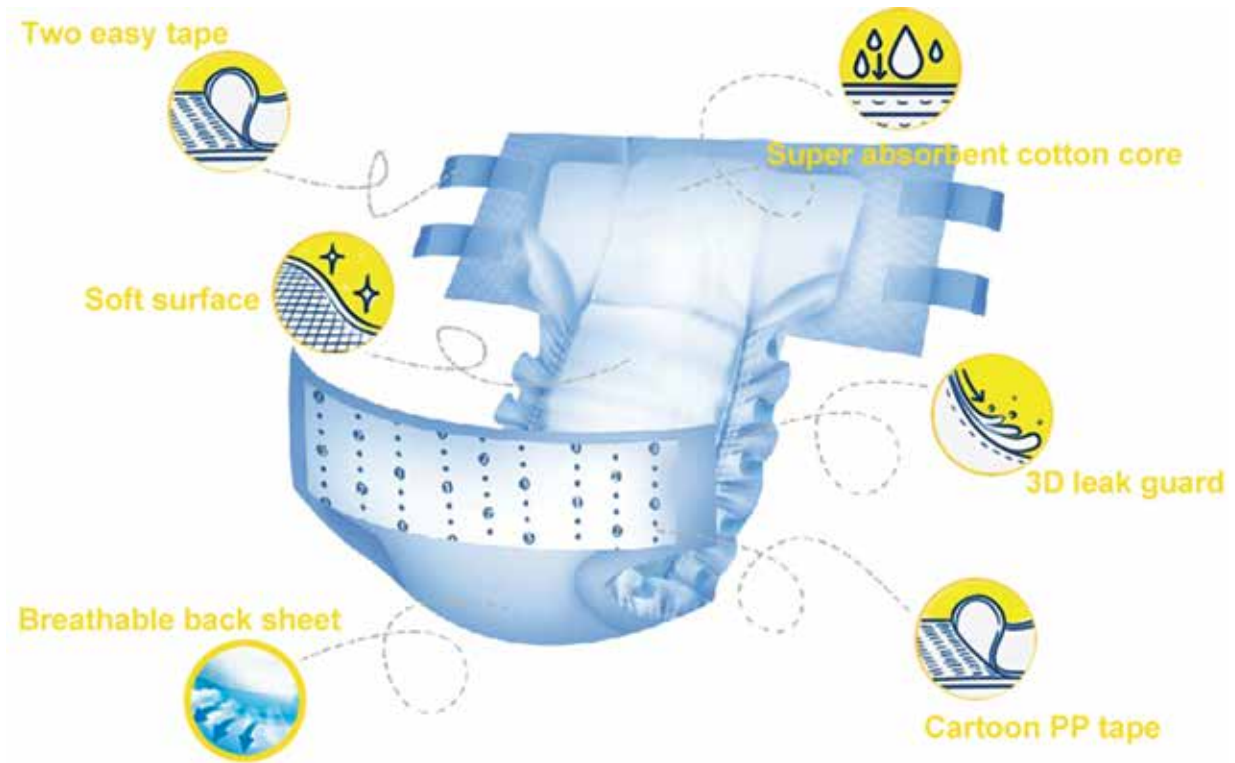
ปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่มีการค้นคว้าข้อมูลก่อนที่จะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าอ้อมสำเร็จรูปสำหรับผู้สูงอายุ โดยสองปัจจัยหลักที่ให้ความสำคัญก่อนการตัดสินใจซื้อก็คือเรื่องของ คุณภาพ และคุณสมบัติ ของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบโจทย์ได้อย่างลงตัว ประกอบกับปัจจัยทางการตลาดอื่นๆ ที่เพิ่มเข้ามาเพื่อเป็นตัวเลือกในการตัดสินใจ ได้แก่

1. รูปลักษณะของผลิตภัณฑ์
2. คุณสมบัติเด่นของผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะเรื่องการซึมซับ
3. ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน
4. ราคา โดยผู้บริโภคส่วนมากจะยอมจ่ายให้กับสินค้าที่มีคุณภาพเหมาะสมกับราคา
5. ช่องทางการจำหน่าย ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการซื้อ เพราะผ้าอ้อมสำเร็จรูปสำหรับผู้สูงอายุเป็นสินค้าที่มีช่องทางการจำหน่ายที่ยังไม่ขยายตัวกว้างขวางนัก โดยส่วนใหญ่จะจำหน่ายตามโรงพยาบาล ร้านขายยาขนาดใหญ่ และห้างสรรพสินค้า และ 6. โปรโมชันส่งเสริมการขาย อย่างการลดแลกแจกแถม หรือแม้แต่การโฆษณาสินค้าตามโรงพยาบาลที่มีส่วนช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อได้เช่นเดียวกัน

การแข่งขันของตลาดผ้าอ้อมสำเร็จรูปสำหรับผู้สูงอายุ

จะเห็นได้ว่าตลาดของผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุอย่างผ้าอ้อมสำเร็จรูปนั้น เป็นเทรนด์ที่กำลังมา





แรงสำหรับ Aging Society แต่อย่างไรก็ดี ก็ยังไม่สามารถทำการตลาดได้แพร่หลายเท่ากับตลาดของผ้าอ้อมสำเร็จรูปสำหรับเด็ก เนื่องจากผ้าอ้อมสำเร็จรูปสำหรับผู้สูงอายุถูกบรรจุในหมวดเครื่องมือแพทย์ ควบคุมโดยคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) จึงไม่สามารถโฆษณาคุณสมบัติสินค้าเพื่อดึงดูดผู้บริโภคได้อย่างแพร่หลายผ่านช่องทางสื่อทั่วไปได้ (Mass Media) ทำได้เพียงการนำเสนอความรู้ให้แก่ผู้บริโภคเท่านั้น ด้วยเหตุนี้กลุ่มผู้ผลิตจึงวางกลยุทธ์การขายด้วยการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้หลากหลายสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคมากขึ้น อาทิเช่น โมเดิร์นเทรด ซึ่งเป็นช่องทางที่มีการแข่งขันสูงที่สุดและมีคู่แข่งมากที่สุด เพราะทุกแบรนด์ล้วนใช้โมเดิร์นเทรดเป็นพื้นที่แสดงสินค้าเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภค ร่วมด้วย โรงพยาบาล ซึ่งเป็นอีกหนึ่งตัวเลือกที่ไม่ควรมองข้ามเช่นกัน เพราะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคและสร้างการจำกัดตลอดจนความภักดีต่อแบรนด์ได้เป็นอย่างดี เพียงแต่การจัดจำหน่ายในโรงพยาบาลนั้นมักจะมีข้อจำกัดบางประการหรืออาจต้องมีการประมูลเพื่อให้ได้พื้นที่แสดงสินค้า แต่หากมองในแง่ของการแข่งขันนั้นถือว่าไม่มีแนวโน้มที่รุนแรงเหมือนช่องทางแรก

อย่างไรก็ตามเห็นได้ว่าตลาดของผ้าอ้อมสำเร็จรูปสำหรับผู้สูงอายุนั้น มีแนวโน้มการเติบโตที่ดีขึ้นเรื่อยๆ วัดจากประชากรสูงอายุที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทุกๆ ปี ประกอบกับเทรนด์ของธุรกิจที่ผู้ประกอบการหลายๆ คน หันมาทำธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงอายุ ทำให้ตลาดขยายกว้างและเติบโตอย่างรวดเร็วภายในระยะเวลาเพียงไม่กี่ปี โดย Global Market Insights คาดการณ์ว่าธุรกิจที่เกี่ยวกับผู้สูงอายุทั่วโลกจะมีมูลค่าการเติบโตสูงถึง 1.1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2023 โดยเติบโตจาก 6 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2015 ดังนั้นการแสวงหาความรู้ใหม่ๆ และถอดรหัสช่องทางธุรกิจด้านผู้สูงอายุจากประเทศที่ประสบความสำเร็จอย่าง อิตาลี ญี่ปุ่น หรือเยอรมนี ก็เป็นการเพิ่มโอกาสและเตรียมความพร้อมทั้งเชิงรุกและเชิงรับในการประกอบธุรกิจแห่งอนาคตอันใกล้ได้เป็นอย่างดี.



ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

- <http://info.gotomanager.com/news/details.aspx?id=46068>
- www.manager.co.th
- www.prachachat.net
- www.thunhoon.com
- <http://thaiejournal.com/journal/2554volumes2/patcharaporn.pdf>
- <http://positioningmag.com/1100674>

แฟชั่นผู้สูงอายุ ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ ได้กำไรงาม

ปัจจุบันมีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น ทำให้ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไป ส่งผลทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในประเทศที่พัฒนาแล้วอย่าง ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา เนื่องจากประเทศเหล่านี้มีเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่มีประสิทธิภาพ ทำให้อัตราการเสียชีวิตมีน้อยอายุขัยของประชากรในประเทศจึงเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันประเทศไทยมีจำนวนประชากรผู้สูงอายุประมาณ 10 ล้านคน ซึ่งมีการคาดการณ์กันว่าในอีก 10 ปีข้างหน้าจะเพิ่มจำนวนสูงขึ้นถึง 70 ล้านคน ซึ่งสัดส่วนผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้นสวนทางกับวัยทำงานและวัยเด็กที่ลดลง และในอนาคตอันใกล้ประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ ทำให้ผู้ประกอบการหรือนักธุรกิจเริ่มหันมาสนใจตลาดสินค้าผู้สูงอายุกันมากขึ้น เนื่องจากเป็นช่องทางการประกอบธุรกิจแนวใหม่ อีกทั้งยังมีตลาดรองรับแน่นอนและผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังการใช้จ่ายสูง สามารถใช้เงินได้อย่างอิสระก่อให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว





ธุรกิจแฟชั่นผู้สูงอายุ เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่น่าจับตามอง เพราะเป็นสิ่งที่จะต้องใช้ในการชีวิตประจำวัน แต่สิ่งจำเป็นที่ผู้ประกอบการที่สนใจจะจับธุรกิจนี้ควรให้ความสำคัญคือ การปรับกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการเฉพาะด้านของกลุ่มผู้สูงอายุ ควบคู่ไปกับความสามารถในการเจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม โดยปรับการออกแบบให้ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน สะดวกสบายต่อการใช้ชีวิต แต่มีดีไซน์ที่สวยงาม ทันสมัย เสริมให้ดูเยาว์วัยเมื่อหยิบมาใช้ อีกทั้งจะต้องมีความหลากหลายสามารถหยิบใช้ได้หลายๆ โอกาส เน้นการออกแบบให้มีความอารยสถาปัตยกรรม ซึ่งเหมาะสมกับทุกชนชาติสามารถเปิดตลาดได้ง่าย นอกจากนี้กลุ่มผู้สูงอายุยังมักเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ ฝีมือประณีต เน้นการซื้อด้วยเหตุผลไม่ใช่อารมณ์ ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลักและสิ่งที่น่าสนใจคือเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงเหมาะแก่การลงทุนทำธุรกิจ

ควรออกแบบสินค้าแฟชั่นอย่างไรให้ตอบโจทย์การใช้ชีวิตของผู้สูงอายุ?

กลุ่มผู้สูงอายุในปัจจุบันจะมีลักษณะทางกายภาพที่ดีกว่าผู้สูงอายุในยุคเก่า เดิมทีผู้สูงอายุมักจะแต่งตัวให้น้อยลงตามวัยที่เพิ่มขึ้น แต่ปัจจุบันโลกของผู้สูงอายุกำลังสวนทางกับแนวความคิดในอดีต เพราะผู้สูงอายุมักจะไม่ชอบหากถูกมองว่าเป็นคนแก่ ทำให้การเจาะตลาดสินค้าแฟชั่นกลุ่มนี้ต้องใช้ความละเอียดอ่อนอย่างมากในการออกแบบ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคซึ่งพฤติกรรมของผู้สูงอายุในยุคนี้นี้จะไม่แตกต่างจากกลุ่มวัยทำงานช่วงปลายมากนัก คือ ยังสามารถทำงานได้ เข้าถึงเทคโนโลยี รวมถึงสังคมได้อย่างรวดเร็ว ต้องการพบปะเพื่อนฝูง สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ดังนั้นการประกอบธุรกิจนี้จึงจำเป็นต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบ การปรับเปลี่ยนหาช่องว่างของธุรกิจเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่ต้องทำ สังเกตไลฟ์สไตล์และพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปของผู้สูงอายุ เพื่อที่จะสามารถกำหนดกลยุทธ์ได้อย่างชัดเจน โดยจะแบ่งผู้สูงอายุปัจจุบันออกเป็น 4 รูปแบบ คือ 1. กำลังซื้อสูง เนื่องจากแนวโน้มสังคมที่เป็นครอบครัวเดี่ยวเพิ่มมากขึ้น ผู้สูงอายุใหม่จึงมีภาระค่าใช้จ่ายน้อยลง กำลังการบริโภคสูงขึ้น 2. ไม่ยึดติดกับสินค้าแบรนด์เนม เพราะเทคโนโลยีที่ใช้ได้ง่ายขึ้น ทำให้กลุ่มผู้สูงอายุสามารถศึกษาสินค้าแบรนด์ใหม่ๆ ได้เอง 3. ชอบความเร็ว และเน้นความสะดวกสบาย เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ดึงดูดกลุ่มผู้สูงอายุ ต้องมีความรวดเร็วและใช้งานง่าย เมื่ออายุเริ่มมากขึ้นคนส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับความคล่องตัวมากกว่าความสวยงาม แต่จะดีแค่ไหนถ้าสามารถออกแบบสินค้าให้มีทั้ง



ความคล่องตัวและความสวยงามได้ และ 4. ใส่ใจดูแลสุขภาพ เพราะกลุ่มผู้สูงอายุยุคใหม่เป็นกลุ่มที่มีทั้งความรู้และกำลังทรัพย์ จึงให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น สินค้าที่เน้นสุขภาพจึงมีโอกาสเปิดตลาดได้ง่าย

สำหรับสินค้าแฟชั่นของผู้สูงอายุ สิ่งแรกที่นึกถึงคงหนีไม่พ้น **เสื้อผ้า** เพราะเป็นสิ่งที่เห็นได้ชัดเจน โดยการออกแบบสำหรับผู้สูงอายุ ควรเน้นความคลาสสิก แต่ทันสมัย ดูดีมีรสนิยมและต้องไม่ดูสูงอายุจนเกินไป คำนึงถึงความสะดวกสบายในการสวมใส่ เช่น ง่ายต่อการสวมถอด คล่องตัวเมื่อต้องใช้การเคลื่อนไหวมากๆ มีขนาดชุดที่พอดีตัวไม่รัดรูปจนเกินไป มีสีสันทันสมัยแต่ต้องเป็นโทนที่มองแล้วสบายตา จะทำให้ผู้ที่ใส่ดูน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ชุดออกกำลังกายก็เป็นอีกสินค้าที่น่าลงทุนเพราะผู้สูงอายุยุคใหม่จะให้ความสนใจในเรื่องของสุขภาพเป็นอย่างมาก ควรผลิตชุดออกกำลังที่รองรับการออกกำลังกายได้ดี ช่วยป้องกันการบาดเจ็บจะทำให้ท่านสนใจมากขึ้น **สินค้าประเภทเครื่องแต่งกาย** เช่น รองเท้า กระเป๋า ก็เป็นอีกสิ่งที่ได้รับการนิยมนำมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากหนัง เพราะนอกจากจะดูภูมิฐานแล้วยังมีอายุการใช้งานที่นาน คงทน **เครื่องประดับ** ควรเน้นที่มีความเรียบหรู ใส่แล้วเสริมบุคลิก หรือจะฉีกแนวโดยการปรับเอาเครื่องประดับมาใส่ร่วมกับเทคโนโลยีเพิ่มความปลอดภัยให้ผู้สูงอายุก็ดูดีไม่น้อย ซึ่งปัจจุบันก็เริ่มมีในท้องตลาดแล้วเช่นกัน อาทิ บริษัท Cuff ที่ได้ออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องประดับที่มาพร้อมฟังก์ชันช่วยเพิ่มความปลอดภัยให้กับเหล่าผู้สูงอายุ โดยการนำเอาชิป (CuffLinc) ขนาดเล็กฝังเข้าไปในเครื่องประดับ เช่น กำไล สร้อยคอ ฯลฯ ซึ่งชิปดังกล่าวจะซิงค์กับแอปพลิเคชันในมือถือ หากผู้สวมใส่ต้องการความช่วยเหลือเพียงกดที่ตัว CuffLinc ระบบก็จะส่งสัญญาณเตือนไปยังคนในครอบครัวทันที พร้อมทั้งบอกตำแหน่งที่อยู่ของผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือ และที่สำคัญชิปนี้ถูกออกแบบมาให้ใช้งานได้โดยไม่ต้องชาร์จไฟนานถึง 1 ปี เรียกได้ว่าเป็นการประยุกต์แฟชั่นให้เข้ากับการใช้ชีวิตได้อย่างน่าสนใจ และ

อีกหนึ่งสินค้าเกี่ยวกับแฟชั่นที่กำลังเพิ่มความนิยมอย่างต่อเนื่องคือ **สินค้าความสวยความงาม** โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง ซึ่งประเทศไทยมีเครื่องสำอางประเภทออร์แกนิกที่ผลิตจากธรรมชาติหรือสมุนไพรอยู่เป็นจำนวนมาก รวมถึงได้รับความสนใจอย่างแพร่หลายเนื่องจากผู้บริโภคมั่นใจว่าปลอดภัยกว่าการใช้สารเคมี ซึ่งนอกจากความปลอดภัยแล้วการออกแบบแพคเกจจิ้งให้ดูทันสมัย เรียบง่ายเหมาะแก่การพกพา ก็จะทำให้ผู้สูงอายุหันมาซื้อสินค้าประเภทนี้มากขึ้นอีก เพราะนอกจากจะนำมาใช้เสริมความงามให้ร่างกายแล้วยังสามารถนำมาพกติดตัวเป็นเครื่องประดับได้อีกด้วย

การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุนับเป็นโอกาสของผู้ประกอบการเอสเอ็มอีในไทย ที่จะสามารถขยายตลาดไปรองรับความต้องการของผู้สูงอายุทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพราะยังมีตลาดผู้สูงอายุขนาดใหญ่ที่มีความต้องการสินค้าและบริการเฉพาะด้านอีกมากมาย ซึ่งสินค้าจำพวกแฟชั่นก็เป็นอีกตลาดที่น่าจับตามอง และลงมือประกอบธุรกิจ หรือแม้แต่ผู้ที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับแฟชั่นอยู่แล้วก็ควรเตรียมความพร้อมเพื่อโอกาสในการเติบโตของภาคธุรกิจผู้สูงอายุ เพื่อเป็นการขยายฐานกลุ่มลูกค้า รวมถึงรองรับการเปลี่ยนแปลงของโลกที่กำลังเปลี่ยนไปจากในอดีต เพื่อให้ธุรกิจสามารถเดินหน้าต่อไปได้ในอนาคต.



ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

- www.scbsme.scb.co.th
- www.smartsme.tv
- www.thaimescenter.com
- www.admissionpremium.com
- www.60plusthailand.com/th
- www.admissionpremium.com
- www.scbsme.scb.co.th



เจาะตลาด ธุรกิจนำเที่ยวผู้สูงวัย Slow Tourism

ปฏิเสธไม่ได้ว่าปัจจุบันโครงสร้างทางสังคมได้เปลี่ยนแปลงไป กลุ่มผู้สูงวัยกำลังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มตัวในปี 2568 โดยจะมีคนอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่า 10 ล้านคน และมีการคาดการณ์ต่อไปอีกว่าใน 15 ปีข้างหน้าประเทศไทยจะกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุยิ่งยวด คือมีประชากรที่เป็นผู้สูงวัยร้อยละ 20% ของจำนวนประชากรทั้งหมด ดังนั้นสังคมไทยจึงต้องหันมาให้ความสนใจกับตลาดผู้สูงวัยที่มีการเจริญเติบโตอย่างก้าวกระโดด ซึ่งหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากคือ ธุรกิจนำเที่ยวผู้สูงวัย

ธุรกิจนำเที่ยวมีมาเป็นเวลานานแล้วในประเทศไทย แต่ปัจจุบันถือว่าซบเซาลงไปอย่างมาก เพราะคนหันมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองเป็นหลัก ทำให้ธุรกิจนำเที่ยวต้องปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนอเพื่อหากกลุ่มเป้าหมายใหม่ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจคงหนีไม่พ้น กลุ่มผู้สูงวัย เพราะผู้สูงอายวยังต้องการสังคมเพื่อเป็นช่องทางการพบปะสังสรรค์ พุดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ซึ่งการท่องเที่ยวก็เป็นอีกทางหนึ่งที่จะให้ทั้งความผ่อนคลายและสังคม มุ่งเน้นไปที่กลุ่มผู้สูงวัยที่ต้องตรากตรำทำงานอย่างหนักตลอดเวลาที่ผ่านมา หลังจากได้พักผ่อนอยากเริ่มต้นท่องเที่ยว จัดเป็นทริปไปเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ แต่ปรับเปลี่ยนให้สถานที่หรือโปรแกรมการท่องเที่ยวไม่หักโหมจนเกินไป โดยผู้สูงอายุมักมีรสนิยมท่องเที่ยวแบบเชิงศิลปวัฒนธรรม ทำบุญไหว้พระ ได้สัมผัสบรรยากาศในสถานที่



ที่ได้ไปเป็นเวลานาน มากกว่าการเดินทางไปหลายๆ ที่ภายในวันเดียว ทั้งนี้อย่าลืมว่าพฤติกรรมผู้สูงอายุมักจะเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพ มีความประณีต จะไตร่ตรองอย่างละเอียดก่อนการซื้อทุกครั้ง ยึดหลักความพอใจเป็นที่ตั้ง ขณะเดียวกันก็คำนึงถึงความปลอดภัย ความมั่นใจ ด้านบริการ ใฝ่ใจดูแลคุณภาพที่ดี เลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัย และสุขภาพ กลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่ไม่ต้องกังวลต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทาง แต่จะละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ เพราะมีข้อจำกัดในการเดินทางมากกว่าวัยหนุ่มสาว ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน เน้นการโฆษณาที่สื่อถึงความอบอุ่น ผ่อนคลาย การได้มีส่วนร่วมกับคนในครอบครัว รวมถึงการย้อนอดีตให้นึกถึงบรรยากาศเก่าๆ ก็จะทำให้เข้าถึงกลุ่มผู้สูงอายุได้ง่าย

การขายฐานลูกค้าไปยังผู้สูงอายุมีอีกหลายปัจจัยที่ต้องให้ความสำคัญ อาจจะยังไม่ละทิ้งกลุ่มเป้าหมายเดิมคือคนรุ่นใหม่ แต่เพิ่มแนวคิดการท่องเที่ยวแบบครอบครัวเข้าไป โดยให้คนรุ่นใหม่ในครอบครัวเป็นผู้ซื้อทัวร์ให้กับผู้สูงอายุภายในบ้านของตนเอง เพราะที่ผ่านมากลุ่มคนที่





ซื้อทัวร์จะเป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มีความรู้ ความเข้าใจในระบบ การซื้อขายทัวร์มากกว่าที่จะเป็นผู้สูงวัย อาจเพราะไม่สามารถที่จะศึกษาหรือค้นหาทัวร์ที่เหมาะสมกับตนเองได้ อีกทั้งยังต้องคำนึงถึงกิจกรรมในทัวร์ด้วย จะต้องศึกษา ทั้งความสนใจ รวมถึงพฤติกรรมของผู้สูงวัยเพื่อเลือก กิจกรรมให้เหมาะสม ซึ่งอาจจะแบ่งกิจกรรมออกเป็น 4 แบบ คือ 1. Well Traveled แพคเกจทัวร์แบบต่างๆ อาทิ ทัวร์ธรรมชาติ, นั่งสมาธิ, ทัวร์ท่องเที่ยวธรรมชาติ, ทัวร์ศึกษาศิลปวัฒนธรรม, ทัวร์ย้อนวัย-ย้อนรอยอดีต, ทัวร์กินของอร่อยยอดนิยม, ทัวร์เสริมดวงตามราศี เป็นต้น ซึ่งการจัดทัวร์ในรูปแบบนี้จะเป็นการให้ผู้ซื้อเลือกตามความสนใจของตนเอง จะดีกว่าการซื้อทัวร์ที่รวมทุกอย่างไว้เพราะจะได้ท่องเที่ยวตามสิ่งที่ตนเองชื่นชอบได้อย่างเต็มที่ 2. Well Balanced กิจกรรมเพื่อการผ่อนคลายและฝึกฝนอารมณ์ให้มั่นคงด้วยการศึกษางานศิลปะตามสถานที่ต่างๆ รวมถึงการได้ทำงานศิลปะที่หลากหลาย เช่น การระบายสีบนกระเบื้อง, ร้อยลูกปัด, ทำตุ๊กตา เป็นต้น 3. Well Hello Good Looking กิจกรรมที่จะช่วยปรับบุคลิกภาพให้ผู้สูงวัยดูสดใส กระปรี้กระเปร่า อ่อนวัยกว่าเคย ด้วยการพาไปยังสถานที่ซื้อเครื่องแต่งกาย เครื่องสำอางยอดนิยม รวมถึงการจัด Make Up & Dress Up To Travel ที่จะช่วยแนะนำวิธีการแต่งหน้า แต่งกายให้เหมาะสมกับการเดินทาง และ 4. Well Being ทัวร์เพื่อสุขภาพ ท่องเที่ยวและศึกษาในสถานที่ผ่อนคลาย จัดอบรมให้มีการตรวจสุขภาพ การฝึกนวดด้วยตนเอง เล่นเกมฝึกสมอง เพื่อรักษาสมองให้แข็งแรง

สิ่งต่อมาที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวผู้สูงวัย ต้องทำ คือ การเพิ่มแรงจูงใจและกระตุ้นให้ผู้สูงวัย

เดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น จริงอยู่ว่าผู้สูงอายุหันมาสนใจ การท่องเที่ยวแต่ก็ยังมีจำนวนที่ไม่มาก ผู้ประกอบการ จะต้องกำหนดแผนและนโยบายท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ให้ชัดเจน และทำอย่างต่อเนื่อง พัฒนา ปรับปรุง แก้ไข โครงสร้างพื้นฐานหรือสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงบริการต่างๆ ให้มีความพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว การปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ การจัดโปรแกรมแบบ Slow Tourism ที่เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะไม่เร่งรีบ เรียบง่าย ปลอดภัย ปลอดภัย ปลอดภัย ไม่สร้างมลพิษ เน้นอาหารสะอาดเพื่อสุขภาพ การเตรียมความพร้อม บริการด้านความปลอดภัย จัดให้มีเจ้าหน้าที่นำเที่ยวที่มีความรู้ด้านการปฐมพยาบาล จัดเตรียมยานพาหนะเดินทางที่เน้นการขึ้นลงสะดวก (พื้นไม่สูง ประตูกว้าง เป็นต้น) ตลอดจนเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น บริการรับส่งจากที่พัก สนามบิน การดูแลยกกระเป๋า รวมถึงบริการตรวจร่างกายที่จำเป็นในการเดินทาง เพื่อสร้างหลักประกันด้านความปลอดภัย เพิ่มความเชื่อมั่นและสร้างความมั่นใจให้กับผู้สูงวัย.



ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

- new.itd.or.th
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- www.thai-post.net
- www.marketeer.co.th
- www.50plusholiday.co.th
- www.thaiseniormarket.com
- www.thaiseniormarket.com

News

• เรื่อง : บุคลากร จักรสาน



กระทรวงอุตสาหกรรม พัฒนาบ้านผู้สูงอายุและคนพิการพร้อมบริการให้คำปรึกษา

เมื่อปลายปีที่ที่ผ่านมา กระทรวงอุตสาหกรรม เปิดตัวแปลนบ้านสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการในนามโครงการอารยสถาปัตย์ เพื่อเตรียมมอบให้แก่ประชาชน เนื่องในเทศกาลปีใหม่ รวมถึงเป็นการรองรับการเข้าสู่สังคมสูงอายุของประเทศไทยและช่วยดูแลผู้พิการให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยมีรายละเอียดแปลนบ้านทั้งหมด 10 รูปแบบ มีพื้นที่ใช้สอยตั้งแต่ 40 ตารางวาขึ้นไป เริ่มต้นที่ราคา 400,000 บาท ซึ่งสามารถนำไปแปลนบ้านดังกล่าวไปก่อสร้างได้เลยหรือนำไปเป็นต้นแบบในการปรับปรุงที่พักอาศัย ทั้งนี้ยังมีบริการให้คำปรึกษาแนะนำในการนำไปก่อสร้างหรือปรับปรุงโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย

นายสมชาย หาญหิรัญ ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรมเปิดเผยว่า “ขณะนี้ทางกระทรวงฯ กำลังจัดพิมพ์แบบแปลนดังกล่าวอยู่ และจะส่งให้ผู้ที่ขอแบบแปลนในงานอารยสถาปัตย์และผู้สนใจทั่วไป

ตามลำดับ สำหรับแบบแปลนบ้านสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการนี้ จะระบุโครงสร้างและวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างรวมถึงการติดตั้งอุปกรณ์เฉพาะอย่างชัดเจน อาทิ ราวจับ ทางลาด เป็นต้น เพื่อให้นำไปใช้หรือประยุกต์ใช้ได้ตามความเหมาะสมและช่วยอำนวยความสะดวกสบายในการดำเนินชีวิตกับผู้สูงอายุและคนพิการได้อย่างมีประสิทธิภาพ”

ผู้ที่สนใจแปลนบ้านสำหรับผู้สูงอายุและคนพิการก็สามารถติดต่อขอรับแบบแปลนบ้านได้ที่ สถาบันการก่อสร้างแห่งประเทศไทย หรือโทร. 0 2282 0501



ขอขอบคุณข้อมูลและรูปภาพจาก

www.industry.go.th/center_mng/index.php/2016-04-24-18-06-24/2016-04-24-18-07-10/item/9700-3



Good Governance

• เรื่อง : ปาณทิพย์ เปลี่ยนโมวั

จงเปลี่ยนศัตรูให้เป็นมิตร แล้วจะพบชัยชนะที่ยั่งยืน

Steven Spielberg

December 18, 1946



เรื่องนี้ถูกโพสต์ลงเฟซบุ๊กจำนวนมาก และถูกทวิตไปส่งต่อๆ กันในไลน์อย่างไม่รู้จบ เรื่องราวพลิกพลิกที่ถูกออกถูกใจคนบนโลกโซเชียล เรื่องหนึ่งเปลี่ยนอันธพาลให้เป็นเพื่อนซี้ อีกเรื่องพูดความจริงเปลี่ยนโจรเป็นเพื่อนได้ เรื่องนี้มีประโยคเด็ดกระแทกใจอยู่ 2 ตอน คือ

- ☛ ชนะใจเขาด้วยการยื่นมิตรให้แทนที่จะตั้งตัวเป็นศัตรู หรือยอมจำนนต่ออำนาจบาตรใหญ่
- ☛ น้ำใจมิตรและความดีนั้นมีพลังที่สามารถเปลี่ยนร้ายให้กลายเป็นดี และเปลี่ยนภัยคุกคามให้เป็นสะพานสามมิตรภาพได้

อ่านจบบรรทัดสุดท้ายเพิ่งถึงบางอ้อ อ้อ... พระดังเป็นผู้เขียนเรื่องนี้เอง

สตีเวน สปีลเบิร์ก ผู้กำกับและนักสร้างหนังชื่อดังแห่งฮอลลีวูด เล่าว่าเมื่ออายุ 13 ปีชีวิตของเขาเหมือนตกอยู่ในนรก เพราะที่โรงเรียนมีอันธพาลวัย 15 คนหนึ่งชอบทำร้ายเขา ทั้งทุบตีและขว้างปาระเบิดไข่น้ำใส่เขา เขาทนสภาพนี้อยู่นาน แล้ววันหนึ่งเขาก็เข้าไปหาอันธพาลคนนั้น และพูดว่า

“เธอรู้ไหม ฉันกำลังถ่ายทำหนังเรื่องสู้กับนาซี เธออยากเล่นบทพระเอกไหม?”

ที่แรกอันธพาลหัวเราะใส่เขา แต่ในที่สุดก็ตกลง สปีลเบิร์กเล่าว่า หลังจากถ่ายทำวิดีโอเสร็จ อันธพาลคนนั้นได้กลายเป็นเพื่อนสนิทของเขา

การที่สปีลเบิร์กให้การยอมรับเขาและเปิดโอกาสให้เขาได้เป็นพระเอก มีส่วนสำคัญในการเปลี่ยนเขาจาก “ศัตรู” ให้กลายเป็นมิตรได้ เพราะลึกๆ วัยรุ่นคนนั้นก็ไม่ได้ต้องการอะไรมากไปกว่าการได้รับความยอมรับ สปีลเบิร์กชนะใจเขาด้วยการยื่นมิตรให้แทนที่จะตั้งตัวเป็นศัตรูหรือยอมจำนนต่ออำนาจบาตรใหญ่ของเขา

น้ำใจมิตรไม่เพียงแปรเปลี่ยนความขัดแย้งให้คลี่คลายไปในทางที่ดีเท่านั้น หากยังสามารถเปลี่ยนวิกฤตให้เป็นโอกาสได้ด้วย



นักธุรกิจไทยผู้หนึ่งได้เล่าถึงประสบการณ์เมื่อครั้งไปเรียนหนังสือในเมืองบอสตันว่า เธอเคยถูกคนฉิวด่าลือคอกและเอามีดจี้ขณะรอสัญญาณไฟเขียวบนเกาะหน้ามหาวิทยาลัย เมื่อโจรพบว่าในกระเป๋าของเธอมีเงินแค่ 20 ดอลลาร์ ก็ไม่พอใจ เขาขุ่นเคืองหนักขึ้นเมื่อพบว่าเธอไม่มีนาฬิกา แหวน และกำไลเลยสักอย่าง เขาจึงถามเธอว่า

“เป็นคนเอเชียมาเรียนที่นี่ได้ก็ต้องรวยไม่ใช่หรือ?”

เธอตอบว่า “สำหรับฉันนะไม่ใช่ เพราะได้ทุนมา”

แล้วโจรก็ย้อนถามถึงเงิน 20 ดอลลาร์ว่าจะเอาไปทำอะไร

เธอตอบว่า เอาไปซื้อไข่ เขาถามเธอว่าเอาไข่ไปทำอะไร

“เอาไปต้มกินได้ทั้งอาทิตย์” เธอตอบตามความจริงเพราะตอนนั้นการเงินฝืดเคือง

ระหว่างที่ได้ตอบกันอยู่นั้น ยามหน้ามหาวิทยาลัยเห็น ผิดสังเกต จึงยกหูโทรศัพท์เรียกตำรวจ เธอมองเห็นพอดีก็เลยโบกมือว่า

“ไม่ต้องๆ เราเป็นเพื่อนกัน”

โจรได้ยินเช่นนั้นถึงกับถามว่า “คุณรู้จักกับผมตั้งตั้งแต่เมื่อไหร่?”

“ก็เมื่อไม่กี่” เธอตอบ

โจรเปลี่ยนท่าทีไปทันที หลังจากสนทนาพักใหญ่ โจรไม่เพียงแต่จะคืนเงินให้เธอ หากยังพาเธอไปซื้อไข่และซื้ออาหาร 3 ถุงใหญ่ พร้อมทั้งหิ้วมาส่งถึงหน้ามหาวิทยาลัยแล้วยังแถมเงินอีก 50 ดอลลาร์ เรื่องนี้ยังไม่จบ เพราะวันรุ่งขึ้นเธอนำเงิน 50 ดอลลาร์นั้นไปซื้อเครื่องปรุงอาหารไทย แล้วไปเยี่ยมบ้านเขาเพื่อทำต้มยำกึ่งให้กินกันทั้งครอบครัว นับแต่นั้น

ทั้งสองฝ่ายก็ไปมาหาสู่กัน เธอเล่าว่าทุกวันนี้หากมีธุระไปบอสตันก็จะไปแวะเยี่ยมครอบครัวนี้ทุกครั้ง

น้ำใจไมตรีและความดีนั้นมีพลังที่สามารถเปลี่ยนร้ายให้กลายเป็นดี และเปลี่ยนภัยคุกคามให้เป็นสะพานสถานมิตรภาพได้

ใช่หรือไม่ว่าการกำจัดศัตรูที่ดีที่สุดคือการเปลี่ยนเขามาเป็นมิตรนั่นเอง นี่คือนัยยะที่ให้ผลยั่งยืนกว่าชัยชนะด้วยกำลังที่เห็นอกกว่า

พลังของน้ำใจไมตรีและความดีนั้นอยู่ที่การดึงเอาคุณธรรมและความเป็นมนุษย์ของอีกฝ่ายหนึ่งออกมาแม้จะซ่อนเร้นหรืออยู่ลึกเพียงใดก็ตาม

ในทางตรงกันข้ามการใช้พลังกำลังและความรุนแรงมีแต่จะดึงเอาความโกรธ เกลียด และคุณสมบัติทางลบของคุณกรณีนี้ออกมาปะทะกัน ผลก็คือความขัดแย้งลูกกลมจนกลายเป็นความรุนแรง หรือทำให้ความรุนแรงไต่ระดับจนยากแก่การระงับ

เราไม่อาจระงับด้วยการจองเราก็เพราะเหตุนี้

พระไพศาล วิสาโล

จาก : FB Page โรงเรียนพ่อแม่



โครงการสานฝันผู้สูงอายุ

ผู้เขียน : คพอ. รุ่งน129 กำแพงเพชร
 รหัส : IV กสอ20 น129
 เนื้อหาเกี่ยวกับโครงการสานฝันผู้สูงอายุ
 แนะนำการดูแลตัวเอง รักษาสุขภาพและ
 ออกกำลังกายให้เหมาะสมกับวัย ซึ่งจะ
 ทำให้ผู้สูงอายุใช้ชีวิตอย่างสุขกาย สุขใจ
 มีอายุยาวอย่างมีคุณภาพได้



จานอร่อยจากปุ๋ย่า สูตรโบราณ 100 ปี

ผู้เขียน : สุมล ว่องวงศ์ศรี
 สมาคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
 รหัส : IB 17 ส57
 หนังสือ “จานอร่อยจากปุ๋ย่า สูตรโบราณ 100 ปี” เล่มนี้ ได้รวบรวม 60 สูตรอาหาร
 ประจำตระกูล ประจำบ้าน ที่สืบทอดจดจำทำกันมาจากรุ่นสู่รุ่นและ
 ยังทำกินกันในปัจจุบัน เป็นตำรับเก่าชานานแท้ตามแบบดั้งเดิม
 ที่คนสมัยปุ๋ย่า พ่อแม่ของเรา เคยกินกันในชีวิตประจำวัน ทุกเมนู
 ล้วนทำได้จริงและอร่อย ที่น่าสนใจคือ อาหารแต่ละจานล้วนมี
 เรื่องราวเล่าขาน และยังทำให้เราเห็นถึงความมหัสจรรย์ของมนุษย์
 ในการคิดสร้างสรรค์ปรุงแต่งรสอาหารที่ต่างกันในแต่ละสังคม
 แต่ละวัฒนธรรม รวมถึงยังสะท้อนวิถีชีวิตของคนไทยสมัยก่อนได้
 อย่างน่าสนใจ



กินดีสุขภาพดี

ผู้เขียน : ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์
 รหัส : IB 17 ท46
 นำเสนอเรื่องราวโภชนาการทางเลือกและ
 ซูเปอร์อาหารสุขภาพ ได้แก่ อาหาร มังสวิรัติ
 กินตามธาตุ อาหารในวิถีแห่งเต่า จาก
 แมคโครไบโอติกส์ถึงชีวจิต พลังสด
 ข้าวกล้อง ข้าวสุขภาพ ธัญพืช ธัญญาหาร รักผลไม้ รักสุขภาพ
 ผัก ให้พลังชีวิต อาหารสมุนไพร เต้าหู้ ถั่ววงอก มันฝรั่ง มันเทศ
 มันพื้นบ้าน



เมนูอร่อยเพิ่มภูมิต้านโรค

ผู้เขียน : ปอ ชุมจันทร์
 รหัส : IB 17 อ559
 นำเสนอ 50 เมนูเสริมสร้างสุขภาพดี
 เริ่มต้นง่ายด้วยครัวที่บ้านคุณ นำอาหาร
 หลัก 5 หมู่มาปรุงเป็นจานอร่อยที่ครบถ้วน
 ด้วยคุณค่าทางอาหารตามวิถีแบบดั้งเดิม
 และแบบใหม่ทำให้มั่นใจได้ว่า นอกจาก
 จะสุขภาพดีแล้วทุกสูตรยังอร่อยถูกปาก
 อย่างแน่นอน



ทำกินได้ ทำขายรวย อาหารจานเด็ดเพื่อสุขภาพ

ผู้เขียน : เพชรกระรัต
 รหัส : IB 17 อ384
 หนังสือเล่มนี้ได้รวบรวมสูตรอาหารและ
 ขั้นตอนวิธีการทำอาหารไว้หลายชนิด
 ทั้งแกงจืด แกงเผ็ด ผัด ทอด ยำ อาทิ
 เช่น ปลาจะละเม็ดทอดกระเทียม ไก่ตุ๋น
 งาดำ แกงเลียง พะแนงเห็ด ยำหิวปลี
 น้ำพริกปลาสด



ฝึกโยคะเป็นใน 1 ชั่วโมง

ผู้เขียน : สรสิทธิ์ ไชยสิทธิ์
 รหัส : IB 17 อ384
 หนังสือเล่มนี้ เป็นการออกกำลังกาย
 เพื่อสุขภาพด้วยโยคะบำบัดโรค เพื่อเป็น
 คู่มือฝึกโยคะ บำบัดโรค และอาการ
 เจ็บป่วยทั้งผู้สูงวัยและบุคคลทั่วไป.



โยคะหน้าเด็ก ตอน เคล็ดลับสะกดวัย

ผู้เขียน : ฉัตรวิภา ศรีสานติวงศ์
 รหัส : G 39 ฉ59
 หนังสือเล่มนี้ได้รวบรวมเคล็ดลับการ
 ออกกำลังกายเพื่อสุขภาพด้วยโยคะ
 การยกกระชับแบบเห็นผลจริง! จาก
 ประสบการณ์การอบรมโยคะหน้าเด็ก
 กว่าพันคน สะกดวัยให้ทุกคนดูอ่อน
 เยาว์ไร้กาลเวลา ซึ่งผู้เขียน “คุณหนูเล็ก
 ฉัตรวิภา” ได้พัฒนาปรับปรุงขึ้นไปอีกขั้น
 เพื่อให้เห็นผลเร็วได้ผลจริง โดยแบ่งการ
 ฝึกออกเป็นการกระชับแต่ละส่วนอย่างเป็นขั้นตอน ตั้งแต่ส่วน
 บนของใบหน้า ส่วนล่างของใบหน้า ทำเน้นเฉพาะบริเวณกราม
 คอ และอื่นๆ อีกมากมาย พร้อมมีภาพประกอบแต่ละท่าอย่าง
 ละเอียด ปฏิบัติตามได้ง่าย เพื่อให้คุณสะกดวัยได้จริงๆ สำหรับ
 ผู้ที่รักสุขภาพทุกท่าน



สถานที่สอบถามรายละเอียดและข้อมูลเพิ่มเติม
 ห้องสมุดกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
 โทร. 0 2202 4425, 0 2202 4417 หรือ 0 2354 3237
 เว็บไซต์ <http://library.dip.go.th>

ใบสมัครสมาชิก วารสารอุตสาหกรรมสาร 2560



สมาชิกเก่า สมาชิกใหม่

วันที่สมัคร.....

ชื่อ / นามสกุล.....บริษัท/หน่วยงาน.....

ที่อยู่.....

จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์..... เว็บไซต์บริษัท.....

โทรศัพท์..... โทรสาร..... ตำแหน่ง.....

อีเมล.....

แบบสอบถาม

- ผลิตภัณฑ์หลักที่ท่านผลิตคือ.....
- ท่านรู้จักวารสารนี้จาก.....
- ข้อมูลที่ท่านต้องการคือ.....
- ประโยชน์ที่ท่านได้จากวารสารคือ.....
- ท่านคิดว่าเนื้อหาสาระของวารสารอุตสาหกรรมสารอยู่ในระดับใด เมื่อเทียบกับวารสารราชการทั่วไป
 ดีที่สุด ดีมาก ดี พอใช้ ต้องปรับปรุง
- การออกแบบปกและรูปเล่มอยู่ในระดับใด
 ดีที่สุด ดีมาก ดี พอใช้ ต้องปรับปรุง
- ข้อมูลที่ท่านต้องการให้มีในวารสารนี้มากที่สุดคือ (ใส่หมายเลข 1...2...3... ตามลำดับ)
 การตลาด การให้บริการของรัฐ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ข้อมูลอุตสาหกรรม อื่นๆ ระบุ.....
- คอลัมน์ที่ท่านชอบมากที่สุด (ใส่หมายเลข 1...2...3... ตามลำดับความชอบ)
 Interview (สัมภาษณ์ผู้บริหาร) Product Design (ออกแบบผลิตภัณฑ์) Good Governance (ธรรมาภิบาล)
 SMEs Profile (ความสำเร็จของผู้ประกอบการ) Report (รายงาน / ข้อมูล) Innovation (นวัตกรรมใหม่)
 Market & Trend (การตลาด / แนวโน้ม) Book Corner (แนะนำหนังสือ) อื่นๆ ระบุ.....
- ท่านได้รับประโยชน์จากวารสารอุตสาหกรรมสารมากน้อยแค่ไหน
 ได้ประโยชน์มาก ได้ประโยชน์พอสมควร ได้ประโยชน์น้อย ไม่ได้ใช้ประโยชน์
- เทียบกับวารสารราชการทั่วไป ความพึงพอใจของท่านที่ได้รับจากวารสารเล่มนี้ เทียบเป็นคะแนนได้เท่ากับ
 91-100 คะแนน 81-90 คะแนน 71-80 คะแนน 61-70 คะแนน ต่ำกว่า 60 คะแนน

สมัครสมาชิกวารสาร กรอกใบสมัครซึ่งอยู่หน้าสุดท้ายของเล่มจากนั้นส่งใบสมัครได้ 3 ทาง ได้แก่

- สมัครทางไปรษณีย์ จ่าหน้าซองถึง บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
- สมัครทางเครื่องโทรสาร หมายเลข 0 2354 3299
- สมัครทางอีเมล : e-journal@hotmail.com

หน่วยงานเครือข่าย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในส่วนภูมิภาค



หน่วยงานส่วนกลาง

(กรุงเทพมหานคร สมุทรปราการ นนทบุรี ปทุมธานี) ถนนพระรามที่ 6 ราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0 2202 4422-3
โทรสาร 0 2354 3152

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 10

(นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี กระบี่ ภูเก็ต พังงา ระนอง ชุมพร)
131 ม.2 ถนนเทพรัตนกวี ต.วัดประดู่ อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000
โทรศัพท์ (077) 200 395-8 โทรสาร (077) 200 449
e-mail: cre-pic10@dip.go.th

อุตสาหกรรมสารออนไลน์

<http://e-journal.dip.go.th>

วารสารสำหรับผู้ประกอบการ SMEs และ OTOP

เว็บวารสารปรับปรุงใหม่ ! อุตสาหกรรมสารออนไลน์ <http://e-journal.dip.go.th> ฐานข้อมูลส่งเสริมความรู้ด้านอุตสาหกรรม และ
แนวโน้มของอุตสาหกรรม กระบวนการผลิต การตลาด การบริหารการจัดการ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การให้บริการต่างๆ
ตลอดจนตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ อยากรู้ข้อมูลคลิกอ่านได้เลย อยากรับข้อมูลดาวน์โหลดได้เลย



สมัครเป็นสมาชิกได้

วารสารอุตสาหกรรมสาร กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
สมัครผ่านโทรสารที่หมายเลข **0 2354 3299** หรือ สมัครผ่านอีเมล : **e-journal@hotmail.com**